

Rock 'n roll som kollektiv vara – teknikförändring och organisering

Sammanfattning

Före Internets och digitaliseringens intåg, när inspelad musik var vinylskivor, och senare, CD-skivor, var inspelad musik en privat vara. Så är det inte längre. Idag är inspelad musik en kollektiv vara som är oändligt delbar och utan marginalkostnad. Det har redan i dagsläget lett till kris för skivbolag och skivaffärer, som i brist på kreativitet kräver ökade insatser av lagstiftande myndigheter och krafttag från polis. Men kollektiva varor kan inte framgångsrikt hanteras som privata varor. Nationalekonomisk teori kan visa att kollektiva varor bäst hanteras av staten. Dock ter sig ett förstatligande av all musikproduktion som en mindre tilltalande tanke.

Vad är då alternativet? Naturligtvis skulle man kunna tänka sig frivilliga kollektiva lösningar. Enligt neoklassisk ekonomisk teori är kollektiva lösningar i princip omöjliga, eftersom de är icke-jämviktslösningar. Dock existerar de. Robert Putnam har visat att kollektiva lösningar tenderar att vara vanligare förekommande där det finns ett stort socialt kapital. Detta skulle i praktiken kunna innebära att allianser och nätverk bildades mellan musiker och publik på ett annat sätt än vad vi hitintills sett, dvs. teknikförändringen leder till ökad organisering.

Vilken form denna organisering kommer att ta är svårt att sja om. Det kan antagligen både vara informella nätverk och formella organisationer. Vad det betyder för musikens utveckling vet vi inte heller. Vad vi sett de senaste åren är ett ökat antal live-scener, fler musikfestivaler och på det hela taget ett ökat intresse för live-musik. Om det är så, skulle inspelad musik kunna vara ett komplement till live-framträdande och inte ett substitut, så som det ibland hävdats. Ett ökat antal live-främträdanden kan i sig leda till ökat socialt kapital, eftersom publikens möte med artisten och publikens möte med andra fans kan leda till fler sociala relationer.

Tidigare studier

På Rock och samhälle 2007 diskuterades bl.a. hur den inspelade musikens förutsättningar förändrats. En utgångspunkt, bland flera, var Rasmus Fleischers presenterade artikel¹. Det framgår av Fleischers artikel att bland musiker (representerat av musikernas fackförening, Svenska musikerförbundet, SMF) har inspelad musik och live-framträden betraktats som substitut. Därigenom har den inspelade musiken ansetts konkurrera med musikframträdandena som historiskt sett varit musikernas inkomstkälla. Detta har lett till att musikerna historiskt varit konservativa och betraktat teknikförändring, som inneburit förenklingar och sänkta kostnader för den inspelade musiken, med skepsis.

Stefan Hellmer diskuterar i en artikel i Ekonomisk debatt 2003 den teknikförändring som den inspelade musiken genomgått sedan 1990-talet. Hellmer menar att inspelad musik, med

¹ Fleischer (2007)

dagens möjligheter, är en kollektiv vara. Dock menar Hellmer att en teknisk exkluderbarhet kommer att kvarstå i framtiden, vilket kan leda till att det *trots allt* kommer att finnas en kommersiell marknad för musik. Detta är dock rena spekulationer. Hellmer påpekar att den nya tekniken är effektivare än den gamla som innebär tillverkning, packning, transport och återförsäljning och att

”det måste anses fruktlöst för musikindustrin att bekämpa en överlägsen teknik som inte bara är billigare och effektivare utan har visat på flera fördelar. Nya artister kan nu på ett helt nytt sätt nå ut med sin musik till en större skara lyssnare.”

Med Hellmers slutsats att det finns en kommersiell marknad, handlar det snarare om för skivbolagen att välja en ny strategi med att erbjuda laglig nedladdning över nätet. En viktig del i en sådan strategi skulle då, enligt Hellmer, vara val av teknik, prisnivå och prisstrategi. Jag kommer i denna artikel att argumentera för att detta inte är tillräckligt.

Frågan om huruvida inspelad musik är komplement eller substitut till live-framträdanden är viktig för musikbranschens framtid. Jag vill hävda att inspelad musik och live-frädanden är komplement. Med det menar jag att det finns en positiv korrelation mellan konsumtionen av inspelad musik och konsumtionen av live-framträdanden. Det är dock viktigt att komma ihåg att detta inte har något att göra med den kommersiella organiseringen av musikbranschen. Krueger hävdar i en artikel i *New York Times*² att priset stigit dramatiskt mellan 1995 och 2001 till följd av att konserter ansågs sälja fler skivor. När nedladdningen ökade och skivförsäljningen sjönk, menar Krueger att konsertarrangörerna övergick till att maximera intäkterna vid varje enskild konsert.

Detta är också ett komplementärt förhållande, men det får helt andra konsekvenser än det jag beskriver. Ett komplementärt förhållande mellan inspelad musik och framträdanden, där inspelad musik är gratis³, kommer otvetydigt att leda till ökad konsumtion av live-framträdanden. Enligt nationalekonomisk teori kommer en vara som är gratis (i allmänhet) att konsumeras i större utsträckning än något som kostar något. Om vi tänker oss att en individ har en konstant ”musikbudget” kan förändringar inom budgeten t.ex. innebära att en prissänkning på inspelad musik innebär motsvarande belopp spenderas på konserter etc. Om konsertmarknaden är monopoliserad (vilket är fallet i USA) kommer monopolisten att ta ut detta i form av monopolvinster.

Kruegers resonemang är dock intressant ur ett annat perspektiv. Vad Krueger menar är att tidigare subventionerades konserterna för att locka publik till konserterna som senare skulle köpa skivor. Eftersom publiken köper mycket färre skivor nu, behöver man inte subventionera konserterna längre. Resonemanget haltar något. Högre priser borde, om inte publiken är helt prisokänslig (låg priselasticitet) innebära lägre efterfrågan. Så är troligen inte fallet. Troligare är då att efterfrågan på konserter ökat, men att tillgången, på kort och på medellång sikt, är konstant. En sådan situation innebär att priset ökar.

² Krueger (2002)

³ ...för konsumenten. Ett annat sätt, om än inte samma sak, att uttrycka det är att marginalkostnaden = 0. För att det ska vara samma sak måste marginalkostanden = pris, vilket är fallet i nationalekonomisk teori, men sällan stämmer i den s.k. ”verkligheten”.

Vad är definitionen på en kollektiv vara?

I nationalekonomisk teori används ofta begreppen rivalitet och exkluderbarhet för att beskriva skillnaden mellan kollektiva och privata varor. I figur 1 visas en enkel skiss för att illustrera begreppen och dess relation. Begreppet rivalitet används för att beskriva att endast en person kan konsumera varan och därefter är den slut. Det betyder att min konsumtion av varan påverkar andras möjlighet att konsumera. Ett bra exempel är mat. Motsatsen är icke-rivalitet, dvs., varan tar inte slut efter konsumtion. Det betyder också att min konsumtion av varan inte påverkar andras konsumtion. Ett bra exempel på det är kabel-TV, som är oändligt delbar. Vissa varor som vi tänker på som kollektiva varor, t.ex. kollektivtrafik eller simbassäng är delbara upp till en viss gräns.

I den andra dimensionen finns exkluderbarhet, dvs. möjligheten att utestänga en person som inte betalar för sig. Om frågan om rivalitet i huvudsak handlar om varans karaktäristik, handlar frågan om exkluderbarhet i större utsträckning om juridik, ägarens kreativitet samt lagstiftarens möjligheter till övervakning. Jaktlicens och fiskekort finns naturligtvis, men möjligheten att upprätthålla dessa begränsningar bygger till stor del på att människor i allmänhet respekterar reglerna.

Figur 1
Exkluderbarhet och rivalitet i olika dimensioner

	Exkluderbarhet	Icke-exkluderbarhet
Rivalitet	Mat Privat vara	fiske, jakt Semi- kollektiv
Icke-rivalitet	Konsert, simbassäng Semi- privat Kabel-TV	 Kollektiv vara nationellt försvar, gatubelysning, ren luft

Var de olika exemplen placeras in i ”fyrfältaren” kan antagligen diskuteras länge, men skissen syftar inte till att exakt definiera och kvantifiera skillnader i t.ex. rivalitet mellan olika varor. Syftet med skissen är snarare att beskriva skillnaderna mellan kollektiva och privata varor med utgångspunkt från begreppen rivalitet och exkluderbarhet.

När det gäller inspelad musik är min (liksom Hellmers) tes att inspelad musik blivit en kollektiv vara. Om vi tänker oss musik som ”finns på Internet” oavsett vilken teknisk form den har eller om den finns där legalt eller illegalt, så påverkar inte min konsumtion av musiken nästa konsuments möjlighet att lyssna på musiken. Tidigare har man talat mycket om nedladdning. Jag är övertygad om mer av musikkonsumtionen kommer att ske *direkt* på Internet. Ett exempel på detta är My Space. Sammantaget betyder detta att inspelad musik uppvisar icke-rivalitet i konsumtionen.

Man kan tänka sig att när inspelad musik i huvudsak bestod av vinylskivor, var det själva skivan i sig som var varan. Varan var en privat vara eftersom det fanns ett visst fokus runt att äga skivan. Om du skulle spela in skivan på kassetband, försämrades produkten ganska väsentligt. Dels försämrades ljudet, dels var det inte alls samma sak; det var inte samma känsla att ha ett inspelat kassetband. Det betyder att konsumtionen av inspelad musik väldigt tydligt var bundet till just vinylskivan.

När det gäller exkluderbarheten är det antagligen ännu tydligare. Om vi bortser från radio- och TV-sändningar kunde producenten av inspelad musik på ett relativt enkelt sätt utesluta folk från att ”tjuvlyssna”. Det, i princip, enda sättet att lyssna på inspelad musik var att köpa plattan.⁴ Så är det inte längre. Hur mycket musikbranschen än försöker, kommer det att vara omöjligt att hindra folk från att lyssna på musik på Internet (eller ladda ner musik från Internet).

Det betyder således att musik gått, på ca 10 år, från att vara en privat vara, till att vara en tydligt kollektiv vara. Varan karaktäriseras av icke-rivalitet och icke-exkluderbarhet. Dessutom har varan en marginalkostnad som är lika med noll, vilket kommer att innebära en svårighet med prissättningen.

Marginalkostnadsbegreppet

Nationalekonomisk teori kan visa att på en marknad med perfekt konkurrens kommer priset på en vara att sättas där konsumentens marginalnytta är lika stor som producentens marginalkostnad och att detta kommer att vara ett jämviktsläge. Detta läge kommer både att bestämma hur mycket som ska produceras och till vilket pris. Inspelad musik som ligger ute på Internet kommer att ha en marginalkostnad⁵ som är lika med noll, dvs. kostnaden för varje tillkommande lyssnare kommer att vara noll kronor, oavsett hur många som tar del av musiken.

Hur ska varor som saknar marginalkostnad prissättas? Ett vanligt sätt är att staten får ta hand om produktionen av dessa varor. Då kommer konsumtionen av dessa varor att till stor del

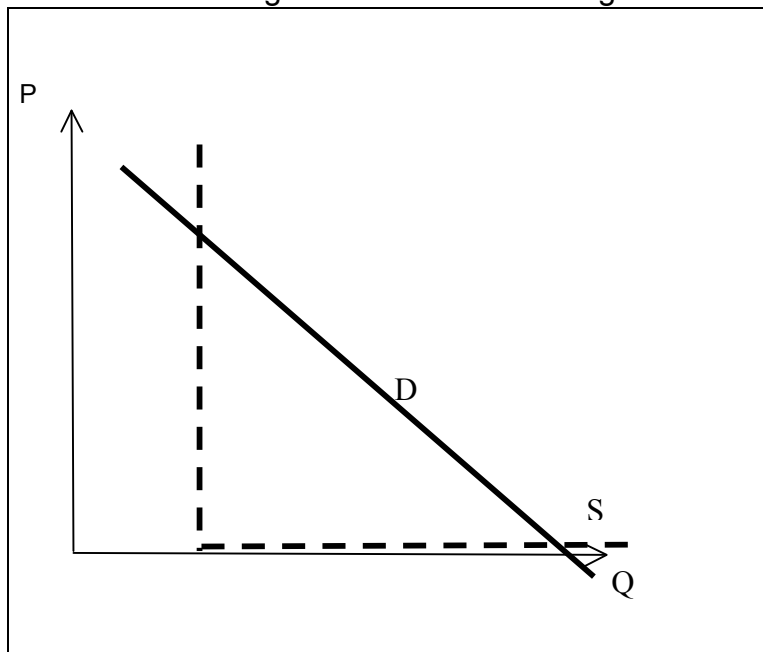
⁴ Möjligheten att spela in vinylskivan på kassetband fanns, men det byggde i stort sett på att du lånade skivan och då finns fortfarande exkluderbarheten kvar. Affärer kom som ”hyrde” ut skivor, men även här fanns exkluderbarheten; affären bestämmer vem som ska hyra, till vilket pris, när detta får ske (öppetider) etc.

⁵ Med marginalkostnad i det här fallet den kostnad som *tillkommer* för varje ny konsument. Detta är inte att förväxla med t.ex. genomsnittskostnad som är ett beräknat medelvärde utifrån hur många som konsumerar varan.

finansieras via skattsedel. Detta är ett klassiskt sätt att behandla kollektiva varor i den nationalekonomiska teorin.

Ett annat sätt är att prissättningen sker utifrån genomsnittspriset. Om detta sker på en konkurrensutsatt marknad (med många aktörer) är detta pris ett icke-jämviktspris, eftersom det inte anger vilken kvantitet som ska produceras. Kostnaden att producera 10.000 enheter är lika stor som att producera 10 enheter. En aktör som säljer varan billigare än andra, kan tjäna på det om aktören lyckas ta marknadsandelar. Det betyder att en aktör kan dumpa priserna genom att översvämma marknaden med en vara som prismässigt ligger under vad konkurrenterna tar. Om den prisdumpande aktören lyckas, är detta (troligen) en vinnande strategi. Problemet är bara att de andra aktörerna ser den vinnande strategin och försöker lägga sig på ännu lägre pris. Ett prisrig har då utbrutit och kommer inte att avslutas förrän priset = marginalkostnaden, dvs. 0. Figur 2 visar resonemanget bakom.

Figur 2
Utbud och efterfrågan för en vara där marginalkostnaden = 0



Den heldragna, diagonala linjen (D) i figuren visar efterfrågan. Efterfrågad kvantitet ökar när priset minskar, dvs. pris och kvantitet är negativt korrelerade i efterfrågefunktionen. Den streckade linjen i figuren visar utbudsfunktionen. För den första producerade enheten kommer marginalkostnaden att motsvaras av hela produktionskostnaden. Eftersom marginalkostnaden är noll kommer dock utbudskurvan för alla andra kvantiteter att ligga längs den horisontella linjen, dvs. motsvarande ett pris = 0. En prisdumpande aktör kan på kort sikt erbjuda varor med ett pris=0. På lång sikt är detta, naturligtvis, ingen bra idé. Men poängen är att det kan hela tiden dyka upp aktörer som kan dumpa marknaden, eftersom det på kort sikt inte kostar något med ytterligare en vara/ytterligare en konsument. *Därför har en vara med en marginalkostnad = 0 inget jämviktspris på en marknad med konkurrens.*

En vara som *har* en marginalkostnad högre än noll är produktionen av live-framträdanden, även om marginalkostnadskurvan kan vara ganska ”hackig”. Man kan tänka sig en konsert på ett väldigt litet ställe med 100 personer i publiken inte är så särskilt dyrt att arrangera.

Kommer det mer folk, måste konserten flyttas till ett dyrare ställe med fler vakter, mer personal, andra krav på brandsäkerhet etc. Kommer det ännu mer folk och vi börjar prata om arenastorlek, måste polisen varskos, mer vakter, större PA-anläggning etc. Ett större sug efter artisten innebär fler spelningar, eventuellt måste man köra med två "riggar" parallellt etc. Sammantaget; en enstaka person i publiken kanske inte gör någon skillnad för marginalkostnaden (om det t.ex. kommer 483 personer istället för 482 till en lokal som tar 700 personer) men i större sammanhang gör det en väldigt stor skillnad om bandet drar 5 000 personer på varje ort eller artisten endast drar 150 personer på den lokala orten. Skillnaden mot hur marginalkostnaden ser ut för den inspelade musiken är således stor.

Begreppen komplement och substitut

Vad innebär det att två varor kompletterar varandra? Två varor kan antingen vara substitut eller komplement. Om två varor är substitut (t.ex. vara A och vara B) innebär det att om priset på vara A ökar, minskar konsumtionen av vara A, vilket leder till att konsumtionen av vara B ökar. Om varorna är komplement gäller det omvända, dvs. om priset på vara A minskar, ökar konsumtionen av vara A, vilket leder till att konsumtionen av vara B ökar.

Det finns mycket som talar för att inspelad musik och live-framträdanden är komplement även om det inte finns, så vitt jag sett, någon forskning på området. Något som talar för ett komplementärt förhållande mellan inspelad och framförd musik är att kvantiteten ökat kraftigt vad gäller framförd musik och att gagerna till de större banden ökat avsevärt.⁶ Konsumtionen av inspelad musik har troligen ökat i och med att nedladdningen är stor och troligen ökande, men inte heller detta kan vi vara helt säkra på. Försäljningen av CD-skivor minskar visserligen, men troligen är detta endast en ganska liten (och minskande) del i konsumtionen av inspelad musik. Om vi sammantar all konsumtion av inspelad musik (dvs., legal och illegal nedladdning, konsumtion över nätet och försäljning av CD-skivor) har priserna troligen minskat ganska ordentligt på inspelad musik.

Ska all musik i framtiden produceras av staten?

Så, vad är lösningen? Kollektiva varor kräver kollektiva lösningar, men den neoklassiska ekonomiska teorin har svårt att förhålla sig till kollektiva lösningar, eftersom de kollektiva lösningarna saknar jämviktslösningar. Det räcker att en person drar sig ur eller försöker hamna i en bättre position än de andra deltagarna. Därför hamnar man ofta i lösningar där en tredje part, t.ex. staten, producerar varan eller tjänsten. Dock ter sig ett förstatligande av all musikproduktion som mindre lockande för många.

Robert Putnam pekar på att i vissa fall kan *staten* vara problemet. Putnam pekar på historiska exempel från södra Italien där staten agerat som "plundrarstat" och inte alls varit den neutrala tredje part som förutsätts. Andra, nutida exempel finns i tredje världen. Putnam menar att det finns exempel på andra kollektiva lösningar som inte omfattar en statlig lösning, som uppstår trots att de utifrån neoklassisk ekonomisk teori inte skulle kunna uppstå eller, framförallt, vara bestående.⁷ Enligt Putnam uppstår den här typen av kollektiva lösningar där socialt kapital är högt. Putnam lägger stor vikt vid social tillit i sin definition av socialt kapital. Social tillit

⁶ Johannesson (2008)

⁷ Putnam (1993)

uppstår mellan människor, dvs. en generell förmåga att lita på människor i allmänhet, till skillnad från att lita på institutioner eller det politiska systemet, som vi kan kalla institutionell tillit.

Enligt Putnam skapas social tillit när människor möts i nätverk eller sociala sammanhang av olika slag. Putnam har fått mycket uppmärksamhet och en del kritik för sin tes att det inte spelar så stor roll vilken typ av förening, nätverk eller socialt sammanhang det är, så länge det finns en social interaktion.⁸ Den exakta gränsdragningen här skapar naturligtvis en del problem, men poängen är att när människor möts med olika bakgrund, social tillhörighet, etnicitet etc. kommer det att skapas en ökad förståelse. För att kunna bli en person som litar på andra människor generellt, krävs kunskap att bedöma och förstå andra människor. Putnam pekar ut föreningslivet som särskilt viktigt för att människor med olika bakgrund ska kunna träffas och interagera. Skulle man kunna tänka sig andra mötesplatser för människor att träffas och "investera i socialt kapital"?

Lösningen: Nya nätverk och interaktion mellan publik och artist

I en artikel av Anders Mildner i Sydsvenskan beskrivs hur en mängd artister hittat nya vägar till sin publik.⁹ Bland annat beskrivs hur Radiohead låter sin publik bestämma vad en skiva ska kosta och hur Rickie Lee Jones vänder sig till fansen när hon får ont om pengar. Artikeln visar på de nya relationer mellan artister och publik som skapats och på vilket sätt detta kan komma att påverka främst skivbolagen. I artikeln intervjuas John Buckman från Magnatune Records. Buckman menar att folk inte är giriga utan betalar gärna om man vet vad pengarna går till och om man kan lita på motparten.

Artikeln pekar på att flera artister lämnat de traditionella sätten att ge ut skivor via skivbolag. Exempel som ges är Radiohead som själva sålde sin skiva från sin sajt och lät publiken själva bestämma vad de skulle betala, Prince lät sin skiva följa med en engelsk tidning, Charlatans släppte sitt album via en radiostations hemsida. Mest intressant är kanske ändå Madonna som övergivit de traditionella skivbolagen för att låta konsertarrangören Live Nation sköta hennes skivsläpp. Mildner menar att Madonnas övergång från skivbolagen till konsertbokare kan ses mer eller mindre symboliskt. Enligt Mildner är det mycket som talar för att det är konsertbranschen som är morgondagens vinnare även om Mildner även skissar att med den nya tekniken (Internet, bloggar och nätkommunikation) kan konsertbokarföretagens roll mycket väl vara överspelad. Mildner berättar om Jonathan Coulton som på resa genom Seattle skrev på sin blogg att om någon visste ett ställe, så spelade han gärna där. 24 timmar senare hade ett ställe bokats. 75 personer kom. Publiken var då inte bara publik, utan även konsertbokare och marknadsförare. Pudeln kärna i Mildners artikel är att folk är beredda att göra mycket för sina favoritartister, bara de vet *vad* de ska göra.

I en artikel i Filter beskrivs problemen med Hultsfredsfestivalen 2007. I artikeln citeras Madonna som lär ha sagt att "Det finns en sak man inte kan ladda ner, och det är liveuppträdandet".¹⁰ Artikeln pekar på att livebranschen "fullkomligt exploderat" och att detta är viktigt främst för små och mellanstora band. Enligt artikeln kan man se en spelning om dagen i Stockholm. Live-scenen i Malmö har utvecklats med en rasande takt med flera nya

⁸ Se bl.a. Putnam (2000). För kritiken se bl.a. Sobel (2002) och Rothstein (2003)

⁹ Mildner (2007)

¹⁰ Johannesson (2008)

scener under det senaste 1 – 1 ½ året. På motsvarande sätt har festivalbranschen vuxit. I Europa dyker det upp nya festivaler och i USA har flera nya festivaler etablerat sig.

Utifrån ett ”socialt kapital-perspektiv” öppnar den nya, stora live- och festivalbranschen en mängd möjligheter. Framförallt på en festival, men även på en live-spelning mitt i veckan träffar man som publik andra människor. Det går inte längre att sitta ensam hemma och lyssna på plattor. Det nya landskap som öppnar sig för musikkonsumenter innebär en möjlighet till mer social interaktion med andra musikkonsumenter än tidigare. Dessutom ger det en annan möjlighet till interaktion mellan artist och publik. Detta ger bättre möjligheter att skapa ett förtroende mellan artisten och publiken. När förtroendet skapats ges det helt andra möjligheter att skapa lösningar som både är mer kreativa och smartare än vad skivbolagen tänkt på.

Slutsatser

Jag har pekat på en del nya perspektiv som kan användas då nedladdning, inspelad musik, skivbolagens kris, högre gager och ökad konkurrens om live-publiken ska analyseras. Poängen är att den inspelade musiken inte längre går att hantera som en privat vara och att då fortsätta och behandla den inspelade musiken som om inget hade hänt är inte kreativt. Språkbruket från bl.a. skivbolagens sida då man talar om stöld eller kraven på hårdare straff för nedladdning är inte heller särskilt konstruktivt. Istället bör man se vilka nya möjligheter som teknikförändringen lett till.

Hellmer definierar, på ett mycket förtjänstfullt sätt, den inspelade musiken som en kollektiv vara. Det verkar därför lite märkligt att då han ska föreslå lösningar tar ett steg tillbaka och föreslår lösningar som endast kan hanteras för privata varor. Så länge priset inte är noll kommer det att existera illegal nedladdning. Tekniken kommer dessutom att bli enklare, så den tekniska exkluderbarheten som Hellmer bygger sitt resonemang på, kommer att suddas ut på sikt.

Denna artikel skissar i huvudsak ett antal idéer och perspektiv hur en fortsatt analys skulle kunna se ut. Det finns fortfarande en mängd frågor som kräver svar:

1. Är inspelad musik och live-framträdande komplement eller substitut? Det finns mycket som pekar på att de två varorna är komplement, men det krävs empirisk forskning för att ta reda på om det verkligen är så.
2. Ökar konsumtionen av inspelad musik, dvs. all konsumtion, både nedladdad och CD-skivor. Ökar konsumtionen av live-framträdanden. Igen: det finns mycket som talar för det, men jag har inte hittat någon data på området.
3. Hur ser konsumtionsmönstren ut vad gäller musikkonsumtion, och framförallt, hur har de förändrats över de senaste 10 åren.
4. Teknikförändringen på området har varit enorm de senaste 10 åren. Detta har lett till en institutionell förändring i musikbranschen. Förutsättningarna för branschen har helt ändrats. Förändringarna inom musikbranschen ger oss möjligheter att studera institutionell förändring i andra sammanhang och generellt. Det som är intressant med musikbranschen är att de kausala sambanden är så väldigt tydliga. De tekniska förändringarna har varit monumentala. Det har redan lett till stora institutionella förändringar och troligen kommer det att ske ännu större förändringar i framtiden.

5. På vilket sätt har teknikförändringen förändrat musiken. Jag har inte behandlat den frågan i artikeln, men det finns anledning att tänka sig att ökad fokusering på liveframträdanden kan förändra musiken. I anslutning till detta kan man tänka sig att det finns musikärelser och musikstilar som inte hade funnits utan teknikförändring. Hip-hoppen hade troligen inte fått samma breda genomslag utan trummaskinen och "bergsprängaren", punken hade inte funnits utan kassettbandspelarens genombrott i mitten på 1970-talet. Mer forskning krävs vad gäller teknikförändring och framväxten av en musikstil.

Referenser

Fleischer, R (2007), “ ”Mechanical music” as a threat against public performance”, work in progress, artikel vid framlagd vid Rock och samhälle 2007, <http://www.rockosamhalle.se/index2007.htm> (maj 2008)

Hellmer, S (2003), “Kommer staten att ta över musikproduktionen? Effekterna av gratismusik på Internet”, *Ekonomisk Debatt* 2003, årg. 31, nr 6

Johannesson, I (2008), “Sista dansen?”, *Filter*, Nummer 2/2008,

Krueger, A B (2002), “Music Sales Slump, Concert Ticket Costs Jump and Rock Fans Pay the Price”, *The New York Times*, 17 oktober 2002

Mildner, A (2007), “En fantastisk, ny värld”, *Sydsvenskan*, söndagen 21 oktober 2007

Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Touchstone.

Rothstein, B. (2003). *Sociala fällor och tillitens problem*. Stockholm: SNS Förlag.

Sobel, J. (2002). Can We Trust Social Capital. *Journal of Economic Literature* , ss. 139-154.