



HÖGSKOLAN
DALARNA

Kandidatuppsats

Lyssnarvanor och betalningsvilja för inspelad musik

Webbenkätundersökning av musikartisters och vanliga lyssnares lyssningsätt och betalningsvilja för inspelad musik

Författare: Gustaf Löwenstein
Handledare: Sören Johansson
Examinator: Linda Portnoff och Cecilia Mörner
Ämne/huvudområde: Audiovisuell Produktion
Kurskod: LP2006
Poäng: 15 hp
Examinationsdatum: 2015-10-20

Högskolan Dalarna
791 88 Falun
Sweden

Abstrakt

Strömmande musik över internet är nu vanligt att använda i Sverige. Denna medieteknologiska förändring har medfört att olika betalningsmodeller för att lyssna på inspelad musik har vuxit fram. Tidigare forskning om användning av inspelad musik och olika lyssningssätt i form av aktiv och passiv lyssning ger mig skäl att anta att grupper av lyssnare lyssnar på musik med olika motiv. Syftet är att med en webbenkätundersökning jämföra vanliga lyssnares och musikartisters betalningsvilja för inspelad musik för att bidra med kunskap om sambanden mellan betalningsvilja, lyssningssätt och musikformat. Frågeställningen är: Finns det någon skillnad mellan vanliga lyssnares och musikartisters betalningsvilja för inspelad musik? Resultatet visar att betalningsviljan för att lyssna på inspelad musik är större hos musikartister än vanliga lyssnare. Båda grupperna använder strömmad musik mest, men betalningsviljan är större för fysiska format. Musikartister lyssnar aktivt till skillnad mot vanliga lyssnare som lyssnar passivt.

Keywords

Aktivt lyssnande, passivt lyssnande, mobilt lyssnande, betalningsvilja, inspelad musik, vanliga lyssnare, musikartister, lyssnarvanor och strömmad musik.

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	III
Inledning	1
Syfte & frågeställning	1
Avgränsningar och begrepp	2
Tidigare forskning och teori	3
Olika lyssningssätt	3
Musikformat och teknologisk utveckling	5
Lyssnares betalningsvilja för inspelad musik.....	6
Metod.....	8
Enkätundersökningens genomförande.....	8
Urvalsmetod	9
Enkätkonstruktion	9
Variabeltyper.....	11
Bortfall	12
Forskningsetiska överväganden	12
Resultat och analys	13
Resultat	13
Betalningsvilja.....	13
Olika lyssningssätt på inspelad musik	15
Musikformat	15
Svarsfrekvens.....	16
Bortfallsanalys.....	18
Sammanfattning av resultat och analys.....	18

Diskussion.....	19
Betalningsvilja för inspelad musik.....	19
Varför använder du inspelad musik	19
Lyssnarvanor.....	20
Musikformat	21
Metoden	22
Fortsatt forskning.....	22
Fråga som väcks under arbetets gång	23
Svarsfrekvensens påverkan.....	23
Det som är mest förvånande under arbetet	24
Det mest tanke värda svaren.....	24
Lyssnarattityder	25
Google Drive.....	25
Lista med reservnamn	25
Facebook VS Twitter.....	25
Pilotstudien	25
Källförteckning.....	26
Bilagor	28

Inledning

Hur mycket är lyssnare villiga att betala för musik idag? Ska musik vara helt gratis? Kan lyssnare betala för musik på något annat sätt? Detta är några av många frågor som återkommer i diskussioner om betalningsmodeller för lyssning via internet av inspelad musik.

Jag är intresserad av frågor kring detta paradigmskifte inom musikbranschen då nya betalningsmodeller för att lyssna på inspelad musik har vuxit fram. Då strömmande musik över internet nu är vanligt att använda i Sverige, har lyssnarvanorna förändrats. Mitt antagande är att musikartister och vanliga lyssnare använder olika lyssningssätt, d.v.s. de lyssnar på musik med olika motiv, är aktiva eller passiva lyssnare, har olika lyssnarvanor och lyssnarattityder. Jag vill med en webbenkätundersökning jämföra om det finns skillnad mellan dessa lyssnargrupper betalningsvilja för inspelad musik, lyssnarvanor och musikformat som används.

Syfte & frågeställning

Syftet är att med en webbenkätundersökning jämföra vanliga lyssnares och musikartisters betalningsvilja för inspelad musik för att bidra med kunskap om samband mellan betalningsvilja, lyssningssätt och musikformat.

Syftet mynnar ut i en specifik frågeställning:

- Finns det någon skillnad mellan vanliga lyssnares och musikartisters betalningsvilja för inspelad musik?
- Diskussionsfråga är: Om det finns en skillnad mellan lyssnargruppernas betalningsvilja för inspelad musik, beror det på att dessa grupper lyssnar på inspelad musik på skilda sätt?

Avgränsningar och begrepp

Webbenkätundersökningens deltagare avgränsas systematiskt till två lika stora grupper av vanliga lyssnare och musikartister. Endast speciellt utvalda lyssnare i åldersspannet 20-70 år ingår i undersökningen då det forskats lite inom denna ålders grupp förut. Enbart svenska musikartister blir kontaktade på Facebook och Twitter.

Strömmad musik:

Portnoff (2013:29)

(Streaming) T.ex. Spotify är när ljudfilerna skickas från en webbtjänst, via internet, till mottagarens dator, mobiltelefon etc. där filerna spelas upp i realtid samtidigt som de skickas från webbtjänsten. Man kan då lyssna på musiken direkt utan att först ladda ner hela filen.

Inspelad musik:

(Eget begrepp)

Musik som finns sparad på något tekniskt medium (Skiva, CD, dator, strömmad musik m.m.) och som kan återges och uppfattas av en person. Det är fokus på inspelad musik hos två olika lyssnargrupper i uppsatsen och inte på livemusik.

Betalningsvilja:

(Eget begrepp)

En persons benägenhet till att mer eller mindre vilja betala för inspelad musik. Begreppet förekommer på många ställen i uppsatsen där huvudsyftet är att få veta hur betalningsviljan för inspelad musik ser ut hos två olika lyssnargrupper.

Aktivt och passivt lyssnande:

Lilliestam (2006:92)

Aktivt lyssnande innebär att man bara lyssnar på musik, medan passivt lyssnande innebär att man samtidigt gör något annat medan man lyssnar.

Vanliga lyssnare och musikartister:

(Egna begrepp)

Vanliga lyssnare är personer som inte arbetar med eller har musik som sitt arbete eller ekonomisk försörjning.

Musikartister är etablerade artister och musiker som har musik som sitt arbete eller kan försörja sig ekonomiskt på det. Begreppen förekommer på många ställen i uppsatsen för att kunna jämföra dessa gruppers betalningsvilja och lyssnarvanor.

Mobilt lyssnande:

Lilliestam (2006:99-101)

Musiken följer med dig vart du vill. Du behöver inte gå till musiken. Freestyle, MP3 och Ipod är exempel på mobila uppspelningsmaskiner. Detta har medfört nya sätt att lyssna på musik och till nya beteenden. Du får en privat upplevelse av musiken, då omgivningen inte hör den.

Tidigare forskning och teori

Olika lyssningsätt

Stockfelt (2004:88-93) har i en artikel om adekvat lyssnande beskrivit den förändring som skett. Han hävdar att förr var olika musikstycken gjorda för att uppföras och avlyssnas i olika miljöer, ex opera i operahus, konserter i konserthus osv. Numer kan man höra all musik överallt, opera även i radio och TV. Nästan vart man är så hör man musik även om man inte lyssnar på just den så kan man höra den i bakgrunden. Idag kan man höra nästan alla typer av musik i vilken omgivning och situation som helst. Däremot är varje genre/stil av musik, även om den kan uppträda varsomhelst, skapad med en nära relation till några få miljöer. I varje genre skapas detta genom kontakt mellan musiker och publik, inom publik, var man är/situationen, akustiken mm. Den nya musiktekniken med nedladdning från internet och mobilt lyssnande medför säkerligen att nya sätt att lyssna till musik uppstår och därmed överhuvudtaget andra sätt att förhålla sig till och värdera musik. Betydelsen av i vilken stämning du själv är i eller vart du är gör mycket med hur du lyssnar och uppfattar musiken. Han menar (a.a. 2004:91) att adekvat lyssnande inte är ett ”bättre” lyssnande utan ett behov av att använda musik som ett språk, eller ett medium för kommunikation mellan musiker och åhörare.

Lilliestam (2006) beskriver att musik är ett av det största och viktigaste intressena i människors liv. Han menar (a.a. 2006:14) att det finns liten forskning på lyssnarvanor hos de

som är mellan 25 och 65 år. Vidare beskriver han (a.a. 2006:71) att det inte finns särskilt mycket forskning om vad människor gör med musik. Det räcker inte med att säga att man lyssnar eller hör på musik. Man kan ställa sig frågan: Var, hur och när lyssnar man på musik. Vad lyssnar man på och varför. Olika åldrar lyssnar olika på musik. Att lyssna på musik som bakgrund till olika aktiviteter är självklart för många, kanske särskilt unga, men framstår som märkligt i många äldres ögon eller för dem som är skolade i bara ett ”aktivt” lyssnande. Män samlar mer på prylar och specifika skivor med en särskild artist, medan kvinnor lyssnar mer på musik. Dessutom menar han (a.a. 2006:92) att det blir skillnad på aktivt och passivt lyssnande, där aktivt handlar om att lyssna enbart på musiken och inte göra något annat, medan passivt innebär att lyssna och samtidigt gör något annat. Uppdelningen kan vara problematisk då aktivt lyssnande är norm och kan uppfattas som det enda riktiga. Olika musik kräver olika sätt att lyssna, vilket innebär att man bör lyssna på musiken enligt de sociala och kulturella konventioner som gäller inom den genre eller den delkultur som musiken tillhör, ett adekvat lyssnande. Det är ett generellt mönster att musiklyssnandet har förändrats och att apparater för lagring och uppspelning av musik har blivit mindre och mindre och rymmer mer och mer musik. Dagens mobila lyssningsapparater MP3-spelare t. ex är spektakulära. Vi kan ha med oss musik vart vi än går. Moderna media har också ändrat hur och när vi lyssnar och hur mycket vi lyssnar.

Bossius och Lilliestam (2011) beskriver på flera ställen att den nya musiktekniken med nedladdning från internet och mobilt lyssnande medför säkerligen att nya sätt att lyssna till musik uppstår och därmed överhuvudtaget andra sätt att förhålla sig till och värdera musik. De menar (a.a. 2011:143) att vi kan flytta musiken med oss nästan vart som helst, ett mobilt lyssnande har uppstått vilket är mycket vanligt, särskilt bland yngre. Ungdomars och pensionärers lyssning finns det mycket tidigare forskning om, men inte inom åldrarna 20-65 år. Det är stora skillnader mellan olika åldersgruppers användning av musik och det är färre som utövar musik än som lyssnar på musik.

Musikformat och teknologisk utveckling

CD-försäljningen har sjunkit de senaste 10 åren och hur folk lyssnar på musik har förändrats mycket. Det är nu allt fler som lyssnar på musik via strömmande tjänster som Spotify och liknande. Detta innebär att betalning för dessa nya musiktjänster har förändrats över åren.

Johansson (2011) pratar i en video om MP3 och CD som gamla format och utvecklingen i Sverige. Han beskriver tekniken som ett paradigmskifte, från analoga världen till digitala världen och att vi nog framöver kommer ha olika formatskiften i den digitala tekniken som det var förut i analoga världen. Han menar att vi har digitala och fysiska paketeringar och att vi är i ett vägval för hur musiken ska användas och hur musikbranschen ska se ut. Nya tekniker har lång start strecka sen sker exponentiell tillväxt under kort tid. Vi är i tillväxten i form av bandbredd, lagringsutrymme, ram minne och processor kraft. Han menar att musikbranschen måste bli en it-baserad bransch. Detta för att den tekniken vi applicerar, kommer vara det vi har framöver i årtionden. Att skapa nya tjänster är då viktigt som t.ex. ett Napsterskal åt Spotify. Användning/betalning för appar med musik, göra spellistor och att ha oändligt mycket musik i mobil och på hårddiskar kommer bli större framöver, detta kanske kommer ta över strömmad musik i framtiden. Teknikutvecklingen kommer inte stabiliseras utvecklingsmässigt över de 5 senaste åren utan kommer fortsätta genom exponentiell tillväxt och för att hantera den utvecklingen så behöver man större visioner om hur musikbranschen ska vara. Spotify är början på en ny generation av musikanvändning, man vänjer användarna vid en form av musikbeteende som man inte är van vid sen tidigare. Det har blivit allt vanligare med rekommendationer, att vi rekommenderar en slags musik via sociala medier. Mobil musikanvändning kommer inte stanna av, utan fortsätta. Att gå in på Appstore, söka musik, hitta musik och köpa appar blir viktigt framöver.

Werner (2012) menar att märkligt nog har vinylförsäljning tiodubblats sedan 2007 och fortsätter att öka. Vidare menar hon att det är det analoga och knastriga ljudet som har stor efterfrågan. Det finns därför anledning för mig att tro att även musikformaten påverkar sättet att lyssna på inspelad musik.

Lyssnares betalningsvilja för inspelad musik

Brusila (2012:26-54) menar att det länge har varit debatt och skrivelser kring vinster inom musikbranschen men det exakta förhållandet mellan vinst och förlust och eventuella vinsternas storlek har varit höljda i dunkel. Det kan också sägas att det är ytterst svårt att utforska dessa frågor, då de intressantaste siffrorna oftast är affärshemligheter. Det finns forskning kring olika ekonomiska modeller för hur musikindustrin skapar ekonomiska resultat där man ofta talar om *värdeförädlingskedjan*, där det börjar med att en kompositör, musikartist eller författare skapar något som sedan framförs och bearbetas och som sedan förvärfvas av musikindustrin för att göra en kommersiell produkt. Det hela slutar med att vi konsumerar produkten- musik. Här finns en väsentlig grundförutsättning för musikindustrins affärsverksamhet att man kan utnyttja musiken ekonomiskt. Man kan tala om musiken som en industriell produktion där organisation, kultur och musik samverkar och vävs ihop.

Johansson (2013) har undersökt den svenska musikmarknaden och hur den har förändrats med strömmande tjänster. Vidare förklaras denna s.k. "streamingmodellen" vad den är och vad den kan innebära för framtiden. Då strömmande musik nästan helt övertagit marknaden från traditionella äldre musikformat har det blivit mer fokus på hur musikdistribution och lyssnande förändrats de senaste åren. Vidare menar han (a.a.2013:2) att streamingmodellen har potential att kunna ge lika eller t.o.m. mer intäkter till musikindustrin än vad glansdagarna på 1990- talet någonsin kunde göra. Modellen fortlever och leder utvecklingen vidare till ett fåtal dominerande streamingtjänster. Han säger också (a.a.2013:5) att den har ett totalt annat affärsupplägg för inspelad musik som baseras på att skapa en ström av intäkter från användning av musik, d.v.s. konsumtion, istället för försäljning av produkter. Det är framförallt denna förändring som skakat om och i grunden förändrat den traditionella musikindustrin, genom att ta betalt för varje användning av 30 sekunder musik.

Albinsson (2013) har i sin doktorsavhandling beskrivit hur upphovsrätten utvecklats inom musik. Frågor kring upphovsrätt har alltid varit våldsamt och ställt till med många bråk. Upphovsrätten har utvecklats från att gälla för evigt till att tidsbegränsas att gälla under skaparens livstid och ett antal år därefter. Upphovsrätten skall fylla två syften, nämligen skydda producentens inkomst och kunna förse konsumenterna med vad de efterfrågar. Det visar sig däremot trots att upphovsrätten är starkt reglerad så betyder intäkter från

upphovsrätten väldigt lite inom musik. Enligt honom (a.a.2013:91) spelar intäkter från copyright på musik idag en mindre roll för upphovsmännens försörjning då de flesta tjänar framförallt från skivförsäljning, radio/TV och liveframträdanden/konserter. Vidare menar han (a.a.2013:154) att intäkter från upphovsrätt har liten betydelse för de flesta kompositörer, och det är bara ytterst få som kan leva på det. Han säger också (a.a.2013:197) att det är troligt att de flesta musikskapare anser att intäkter från upphovsrätt får ses som en bonus. Det är däremot klart att kön spelar stor roll i kompositörers inkomster. Kön är mer diskriminerande för kvinnor än i andra yrken då medelinkomsten för kvinnliga kompositörer i Sverige är bara två tredjedelar av männens inom samma bransch, vilket är lägre än inom arbetskraften totalt.

Portnoff (2014) har genom intresseorganisationen Musik Sverige samlat in fakta från musikbranschen och för fjärde året i rad gett ut en rapport med sifferstatistik för år 2013. Musikbranschen är mycket komplex och näringskedjan ofta svår att följa och förstå men trenden från tidigare år håller i sig och branschen tror även på fortsatt stark tillväxt. Siffrorna i rapporten är uppdelad på tre intäktskategorier, upphovsrättsliga intäkter, intäkter från inspelad musik och konsertintäkter. Enligt rapporten (a.a.2014:8) har branschen under fyra år ökat med sammanlagt 1,5 miljarder kronor eller med knappt 25 procent. Jämfört med år 2012 ökade omsättningen i musikbranschen under 2013 med knappt 10%, och allt har vuxit varje år. Intäktstillväxten ser t.o.m. ut att vara starkare än den procentuella tillväxten av BNP i Sverige. Rapporten nämner också (a.a.2014:6, 17) att de upphovsrättsliga intäkterna är grunden i musikbranschens ekonomi och ingår i all försäljning av musik. Av dessa intäkter står onlineområdet med strömmande tjänster och video on demand m.m. för den största ökningen, då den nästan fördubblades från året innan. Konsertintäkter (a.a.2014:8, 25) har dock varit både störst och snabbast växande under perioden 2010 till 2013 och representerar mer än hälften av de totala intäkterna. Intäkter från inspelad musik (a.a.2014:13, 20) kännetecknas också av en ökning där det är framförallt digitaliseringen i form av strömmande musiktjänster och nedladdat som övertagit mer och mer av de fysiska formaten t.ex. CD- skivor och omfattar 75% av intäkterna.

Tidigare forskning om användning av inspelad musik i Sverige ger mig skäl att anta att det två lyssnargrupperna lyssnar på musik med olika motiv. Därför kan det finnas skillnader mellan lyssnargruppernas betalningsvilja för inspelad musik.

Metod

Enkätundersökningens genomförande

Jag vill undersöka olika musiklyssnares betalningsvilja för inspelad musik och sambandet mellan deras lyssningssätt samt musikformat. Grupperna jämförs för att försöka åstadkomma teoretisk generalisering.

Enligt Ekengren (2012:42) är jämförande studier ett vanligt sätt att försöka åstadkomma teoretisk generalisering. Hon menar också (2012:41) att teoretisk generalisering vanligen genomförs genom att man konstruerar hypoteser med utgångspunkt från en teori (som kan vara given sedan tidigare eller som på olika grunder konstruerats och nu skall testas empiriskt). I tidigare forskning har skillnaden mellan aktivt och passivt lyssnande beskrivits. Min hypotes är att man genom en webbenkätundersökning kan ta reda på skillnaden mellan aktivt och passivt lyssnande genom att fråga varför de använder inspelad musik i enkäten.

För att samla in data kommer meddelande med en länk till en webbenkät/frågeformulär skickas ut till både vanliga lyssnare och musikartister. Enligt Burell (1983:2-5) är det i en attitydundersökning lämpligt att göra enkäten i fyra olika steg innan den slutgiltiga versionen skickas ut. De fyra faserna för enkäter är planering, framtagning av enkät, enkäthantering och resultat hantering.

Enligt Trost (2012:11, 23) är enkätformulär ett lämpligt mätinstrument för att mäta människors beteende och åsikter. Vidare menar han att om frågeställningen gäller hur ofta, hur många eller hur vanligt, då ska man göra en kvantitativ studie. Jag kommer även att använda fokusgrupp för att få synpunkter på frågorna innan officiella enkätutskicket. Enligt Burell (1983:8) är det viktigt att lägga ner tid på frågorna, men även layout och följebrev. Min analys kommer att ske i tabeller och diagram med statistik på vad de olika lyssnargrupperna tycker, hur villiga de är att betala för inspelad musik och hur deras lyssnarvanor ser ut.

Enligt Burell (1983:2) är en enkät bra då det är många som nås av enkäten samtidigt eller då det är viktigt att flera svarar på samma frågor. Detta gör att jag väljer webbenkät som metod. Enkäten görs i Google Drive därför att det är lämpligast när jag har gmail, är enklast med layout och andra funktioner jämfört med olika hemsidor där enkäter kan göras.

Urvalsmetod

Urvalet av lyssnare sker systematiskt till två lika stora grupper med musikartister och vanliga lyssnare. De kontaktas via mina Facebook och Twitter konton med fråga om de vill delta i en webbenkätundersökning. Facebookvänner kommer att ställas upp i en lista, medan en del speciellt utvalda svenska musikartister från Facebook och Twitter kommer att ställas i en annan lista. Valet av Facebook och Twitter beror på att musikartisterna och mina vänner finns på dessa plattformar. Förfarandet ger ingen information om lyssnarna som svarar på enkäten faktiskt betalar för inspelad musik. Bossius och Lilliestam (2011:20, 21) menar att det inte forskats lika mycket om åldersspannet 20-65 år som det gjorts på barn, ungdomar och pensionärer. Detta resulterar i att jag endast vill ha med lyssnare i åldersspannet 20-70 år.

Urvalsmetoden utgår från Eliasson (2013:44-50) genom att de flesta musikartister väljs ut genom ett snöbollsurval vilket är ett icke sannolikhetsurval. Musikartisterna jag är vän med leder till andra musikartister som de är vänner med. Vanliga lyssnare väljs ut genom ett stratifierat urval, det vill säga ett sannolikhetsurval. Först delas populationen upp i två grupper om män och kvinnor. Sen väljs 70 st män och 70 st kvinnor ut av dessa. Bägge lyssnargrupperna väljs slutligen ut genom ett kvoturval då kön och ålder ska vara jämt fördelat inom åldersspannet 20-70 år. 70 st män och 70 st kvinnor väljs ut i varje lyssnargrupp, totalt 280 st personer. Valet av lika fördelning mellan män och kvinnor i webbenkäten beror på att jag vill undersöka om det är någon skillnad på deras lyssnarvanor och betalningsvilja för inspelad musik och om fler män eller kvinnor svarar då musikbranschen är väldigt mansdominerad.

Ingen ur klassen eller någon lärare som har anknytning till skolan och utbildningen ingår i urvalet till det officiella utskicket på grund av att det annars kan bli en snedvriden bild av resultatet. Ingen heller som jag känner ytligt ingår i urvalet.

Enkätkonstruktion

Jag får först tips på frågor till enkäten t.ex. Hur använder du som etablerad artist inspelad musik idag? Hur mycket är du villig att betala för musik? Hur använder du som artist andras kompositioner? Därefter väljs *fokusgrupp 1* ut med 4 st personer. Enligt Wibeck (2010:7) är

fokusgrupp en form av fokuserande gruppintervju där en mindre grupp människor möts för att på forskarens uppmaning diskutera ett givet ämne med varandra, i dessa fall då enkäten för att få feedback på struktur, innehåll, hur frågorna uppfattas och om svarsalternativ. Jag har med mig några frågor till enkäten som de ger feedback på. Granfors (1998:3) menar att det är viktigt att lägga mycket tid på frågorna och att testa dem väl.

Dessa frågor diskuteras i fokusgrupp 1:

1. Hur lyssnar du på musik? Välj det alternativ som passar dig bäst (CD, Vinyl, Strömmande musik, Annat, i så fall vad). De tycker jag ska ha med ett ytterligare alternativ nämligen Youtube.
2. Hur använder du musik? (Öppen fråga).
3. Bör artister få mer ersättning? Ja. Nej. Kanske. Vet ej.
4. Hur mycket är du villig att betala för musik? (Öppen fråga).
5. Hur gammal är du? (Behövs för statistik).

De föreslår att frågorna kan ställas på detta sätt istället:

1. Vilket musikformat använder du mest? Alternativ.
2. Hur väl instämmer du att artister bör få mer ersättning? (Skala 1-7 Inte alls till mycket väl)
3. Varför använder du strömmad inspelad musik?
4. Betalar du för strömmad inspelad musik? (Ja. Nej).
5. Hur villig är du att betala för strömmad musik? (Skala 1-7, högst ovillig till mycket villig).

Frågan om varför eller hur de använder musik diskuteras livligt. Därefter sker en pilotstudie då en testgrupp får besvara enkäten. Testenkäten skickas ut till 6 st utvalda personer via mail och Facebook innan den slutgiltiga enkäten ska fastställas för utskick. Resultatet från testet inräknas inte i slutresultat/analys då de endast är en testgrupp och det är fokus på ett särskilt ämne. Det är endast hälften som besvarar och ger feedback på testenkäten. Med detta drar jag slutsats att stort bortfall är en uppenbar risk med en webbenkät, då endast hälften svarar. Jag har en konversation med hela gruppen på Facebook, men en lämnar den. Detta kan bero på att 4 st känner varandra och de två andra känner inte dem. Det är 3 st i klassen, en tidigare

utgången student och 2 st jag känner sen tidigare som blir kontaktade. De ger synpunkter på två frågor: Varför använder du musik? och Hur väl instämmer du i att artister bör få mer ersättning? De förstår inte frågorna och de tycker att frågorna ska omformuleras. Jag förklarar för dem att det är fokus på aktivt och passivt lyssnande i den första frågan. Vidare undrar de om det är fokus på live eller inspelad musik i frågan om ersättning. Jag förklarar att det är inspelad musik det är fokus på. Detta tar jag med mig till studiestödet. De tycker att jag kan avgränsa mer i strömmad musik då det finns många tjänster t.ex. Spotify. Jag kan även komplettera kvantitativ metod med kvalitativ metod i form av intervjuer. Inför *fokusgrupp 2* tar jag med mig allt från pilotstudien och studiestödet inför officiellt urval och utskick. De testar att besvara enkäten och det tar ca.3 minuter vilket de tycker ska stå i enkäten istället för ”tar kort tid att besvara”. I fokusgruppen blir resultatet att män 51-60 år inte är villiga att betala för musik men det är män 20-30 år. Enligt Eliasson (2013:50) är bekvämlighetsurval de som är närmast att få tag i, vilket jag använder då endast män är tillgängliga och kan besvara enkäten.

Variabeltyper

I enkäten används olika typer av variabler. Eliasson (2013:37, 38) beskriver att variabler är något som mäts. Dikotoma variabler är en särskild typ av nominalvariabler. Den har endast två svarsalternativ och används i enkäten vid frågan om man eller kvinna. Ordinalvariabel går att rangordna och används vid svarsalternativen ”Instämmer helt” och ”Instämmer inte alls” i enkäten. Attityder är ett typiskt exempel på denna variabel typ. Kvotvariabel används vid deltagarnas ålder i enkäten.

Enligt Ekengren (2012:80-81) kan en enkätundersökning tillgodose möjligheter av statistisk analys i mätbara variabler ur en stor mängd data för att kunna jämföra och sammanfatta materialet i olika typer av frekvensmått.

Efter genomförda fokusgrupper och pilotstudie konstrueras ett slutligt enkätformulär med frågor.

Dessa frågor ställs slutligen i enkäten och återfinns i bilaga 1:

1. Är du man eller kvinna?
2. Din ålder?
3. Vilket musikformat använder du mest?

4. Hur väl instämmer du med att oetablerade och etablerade artister bör få samma ekonomiska ersättning för inspelad musik?
5. Hur villig är du att betala för inspelad musik?
6. Varför använder du inspelad musik?

Det finns fasta svarsalternativ på alla frågor utom den sista som motiveras. Alla frågor är då kvantitativa förutom den sista som är öppen och beskrivs med egna ord, den är då kvalitativ. Ojämnt antal svarsalternativ är vanligast i enkäter, men för att deltagarna ska ta ställning används jämnt antal svarsalternativ i enkäten.

Påminnelse skickar jag ut på Facebook och Twitter. Denna gång skriver jag mer personligt till var och en i ett privat meddelande.

Endast primärdata samlas in genom fokusgrupper, pilotstudie och genomförd webbenkätundersökning. Sekundärdata från annan källa används inte.

Bortfall

Enligt Trost (2012:13, 149) bör en bortfallsanalys göras oavsett man gör en vägning eller ej av resultatet och den bör alltid göras om svarsfrekvensen är låg. Då pilotstudien ger en identifikation på att bortfallet kan bli stort bör en bortfallsanalys göras innan jag påbörjar analysarbetet och då bestämma mig om jag behöver komplettera med fler deltagare i lyssnargrupperna för att kompensera för bortfallet. En reservlista tas fram med extra gruppdeltagare för att kunna komplettera deltagarbortfall.

Forskningsetiska överväganden

Den som forskar har ett ansvar att skydda deltagarnas information. Detta kan t. ex göras genom sekretess, kodning, kryptering eller inlåsning. Alla unika uppgifter om en person ska lagras på ett säkert sätt så att inga obehöriga kan få tillgång till dem. Personuppgiftslagen (PuL) reglerar hur personuppgifter får hanteras. Syftet med PuL (Personuppgiftslagen SFS 1998:204) är att ”skydda människor mot att deras personliga integritet kränks genom behandling av personuppgifter”. Om individer är källan till mätdata måste de göras anonyma innan de publiceras. Det räcker inte med att enbart ta bort namn, utan allt som kan identifiera

en person måste tas bort. Enkätundersökningen sker anonymt med rådata som är kodad (taggad) till klockslag.

Resultat och analys

Resultat

97 st svarar, varav 67 vanliga lyssnare och 30 musikartister. Bortfallet är 65%.

Betalningsvilja

Uppsatsens huvudfråga är att försöka jämföra skillnaden mellan vanliga lyssnare och musikartisters betalningsvilja för inspelad musik, hur stor den i så fall är och vad den kan bero på. Av enkätsvaren framgår att huvuddelen av tillfrågade lyssnare är villiga att betala, men att betalningsviljan är störst bland musikartister. En jämförelse med skillnaden framgår av diagram 1 och 2.

Hur villig är du att betala för inspelad musik?

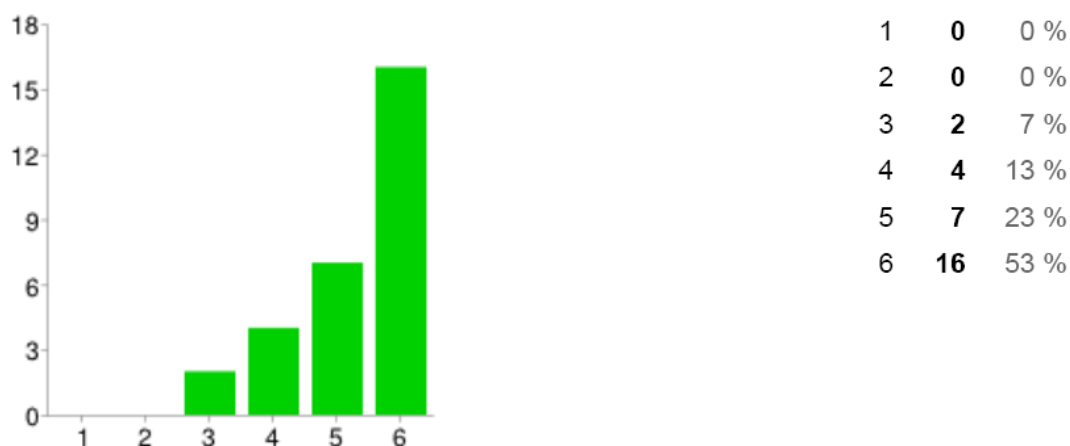


Diagram 1: Musikartisters betalningsvillighet

Hur villig är du att betala för inspelad musik?

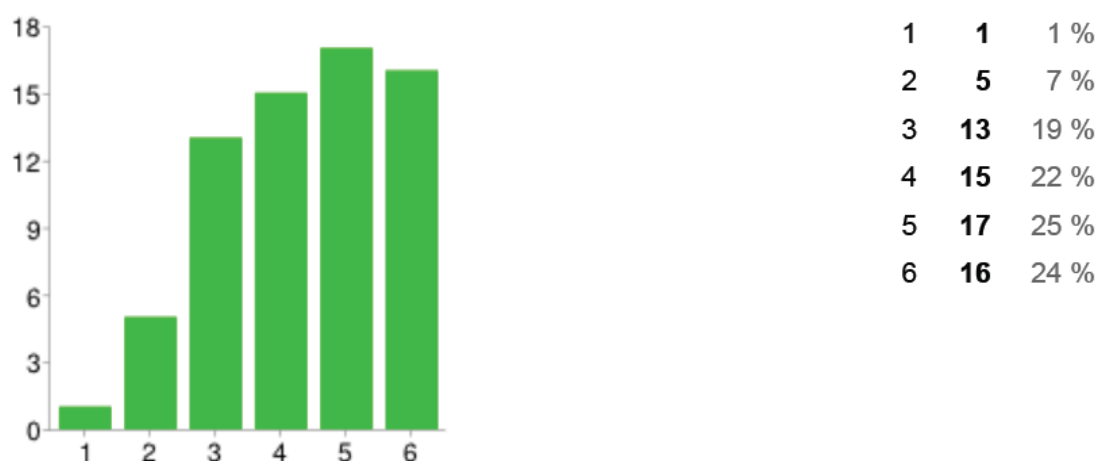


Diagram 2: Vanliga lyssnares betalningsvillighet

Bland vanliga lyssnare återfinns det lyssnare som är högst ovilliga att betala för inspelad musik, vilket inte förekommer bland musikartisterna. Bland musikartisterna är huvuddelen, fler än hälften, mycket villiga att betala för inspelad musik medan endast en fjärdedel av vanliga lyssnare är det.

Om jag analyserar djupare i datamaterialet kan ytterligare trender uppfattas. Det är ingen tydlig skillnad mellan män och kvinnors betalningsvilja, utan den är jämnt fördelad i bägge lyssnargrupperna. Betalningsviljan är lägre hos yngre personer 20-30 år bland vanliga lyssnare. I övrigt varierar betalningsviljan inom alla åldrar bland vanliga lyssnare. De som använder CD, MP3 och radio, gamla fysiska format bland vanliga lyssnare har hög betalningsvilja, medan användare av strömmad musik har stor variation i betalningsviljan.

Bland musikartister är betalningsviljan hög för de som använder CD, radio och iTunes. Bland musikartister är det knappt 7% som inte är villiga att betala för inspelad musik medan det är 28% bland vanliga lyssnare som inte är villiga att betala. Över 75% av musikartister anger hög till mycket hög betalningsvilja, vilket inte kan sägas om vanliga lyssnare.

På frågan hur väl lyssnargrupperna instämmer med att det bör vara samma ersättning till oetablerade som etablerade artister uppvisar musikartisterna en mer samlad och positiv bild, medan vanliga lyssnare har en mer varierande och spridd uppfattning. Denna fråga ställs för att ge en indikation på skillnader i betalningsviljan mellan grupperna och är egentligen menad

som ett komplement. Det märks tydligt att musikartisterna är insiders och kan området väl, medan vanliga lyssnare är outsiders i denna fråga då de ger mer varierade svar.

Olika lyssningsätt på inspelad musik

Över lag lyssnar vanliga lyssnare passivt på musik, då de flesta har bakgrundsmusik eller lyssnar på musik medan de gör något annat. Endast 13% av dessa är aktiva lyssnare då de antingen använder musik i jobbet/undervisning, för att hitta inspiration, få njuta av en upplevelse eller att lära sig en låt.

Det märks att musikartister är mer aktiva lyssnare än vanliga lyssnare genom svaren. Musikartisterna är aktiva lyssnare på det sättet att de använder sig av det i jobbet. Nästan 40% av dessa är aktiva lyssnare, ett fåtal är passiva medan resten av musikartisterna inte ger något tydligt svar på frågan. Hur en del svarar på frågan framgår i bilaga 2 där citat från vanliga lyssnare och musikartister återfinns.

Musikformat

Vad det gäller musikformat de använder mest är det övervägande, mer än 60% som svarar strömmande musik både bland musikartister och vanliga lyssnare. Detta stämmer väl med den bild som framställs i media samt framgår av branschstatistik, t.ex. den som MusikSverige ger ut Portnoff (2014:13). En jämförelse om användning av musikformat framgår av diagram 3.

Vilket musikformat använder du mest ?

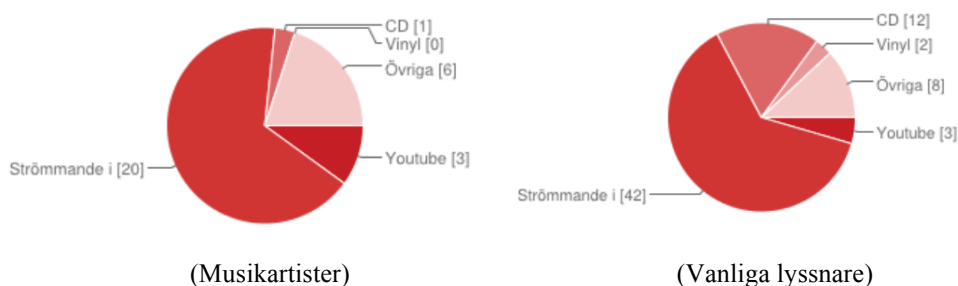


Diagram 3: Användning av musikformat Musikartister jämfört med vanliga lyssnare.

Youtube är det lika många vanliga lyssnare och musikartister som använder. Ingen musikartist använder vinyl. Endast 2 st vanliga lyssnare använder vinyl mest. Det är fler vanliga lyssnare

som använder CD än musikartister. Enligt Werner (2012) har CD minskat och vinyl ökat och IFPI (2013) har en tydlig bild på att vinyl har ökat de senaste åren. Detta är intressant då det är tvärtom mot resultatet i webbenkäten. När det gäller övriga format använder vanliga lyssnare MP3 eller radio mest, medan musikartister använder iTunes mest. Det märks att fler vanliga lyssnare använder gamla fysiska format än musikartister. Detta är intressant då många musikartister klagar på att de inte får så mycket betalt för skivor längre.

Svarsfrekvens

Webbenkät med frågor om lyssnares betalningsvilja och hur de lyssnar på inspelad musik skickas ut till totalt 280 st personer via Facebook och Twitter. Det är 140 st musikartister och 140 st vanliga lyssnare med jämn könsfördelning i varje lyssnargrupp. Totalt 97 st svarar, 67 st vanliga lyssnare och 30 st musikartister. Bortfallet är dock 65% då många inte besvarar enkäten. En manlig musikartist skriver på Facebook att han svarar men han finns ej med i statistiken och hur tillförlitligt är det? En del vanliga lyssnare skriver också att de svarar. Endast en manlig musikartist vill ha länken till enkäten via mail, men svarar ändå inte. En sammanfattning av svarsbenägenheten framgår av tabell 1 nedan.

Åtgärd	Musikartister (st)		Vanliga lyssnare (st)		Summa	%	Anmärkning
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor			
Utskick	70	70	70	70	280	100	Facebook (247) & Twitter (33)
”Visat”	64	53	31	54	202	72	Läser meddelandet men alla svarar ej på enkät via länk (Gäller endast Facebook)
Svar	12	18	38	29	97	35	Besvarar enkät via länk (Både Facebook & Twitter)
Bortfall	58	52	32	41	183	65	Svarar ej på enkäten

Tabell 1: Svarsbenägenhet

Bortfallet är stort då endast 35% besvarar enkäten trots påminnelser. Däremot läser minst 72 % meddelandet men endast hälften väljer att svara på enkäten via anvisad länk i meddelandet. Jag får reda på att någon läser meddelandet då det står ”visat” och klockslag vilket gäller endast Facebook. Trost (2012:143) anger att svarsfrekvensen ofta blir lägre vid webbenkäter än vid postala enkäter trots att det är billigt att skicka påminnelser.

I detta fall kan även tiden på året (jultid) för genomförande av enkätundersökningen samt att det förekommer stor försiktighet och misstänksamhet till länkar i meddelanden ha påverkan

på svarsfrekvensen. Många kan vara rädda för länken, att det ska leda till någon site där det finns spel eller att du får betala för något bara för att du följer länken. Det är fler kvinnor än män som svarar av musikartister och tvärtom hos vanliga lyssnare. Detta är intressant då musikbranschen är väldigt mansdominerat, men fler kvinnor svarar enligt diagram 2. Det visar sig också att det är fler äldre musikartister som svarar än yngre och tvärtom hos vanliga lyssnare. Daglig svarsfrekvens visas i diagram 4, fördelning av svar på kön i diagram 5 och ålder i diagram 6.

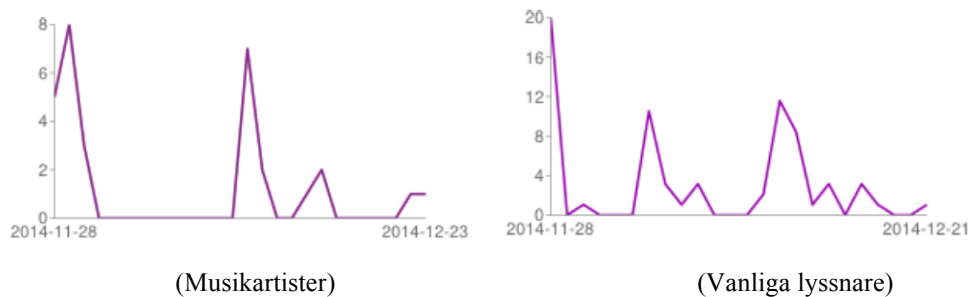


Diagram 4: Daglig svarsfrekvens Musikartister jämfört med vanliga lyssnare.

Vikten av påminnelser och aktiva åtgärder framgår av diagram 4 som visar svarsfrekvens över tiden. Inför varje svarstopp skickas påminnelser och meddelande ut. Om jag inte gör detta kanske enkätsvaren blir färre. I diagram 5 och 6 nedan ser vi svarsfördelningen mellan män och kvinnor samt hur åldersfördelningen ser ut. Alla svarar vilket kön de är utom en musikartist och alla utom en musikartist svarar vilken ålder de är. Det är ungefär lika fördelning bland män och kvinnor i de olika lyssnargrupperna medan det är betydligt vanligare att det är äldre musikartister som svarar. Ingen musikartist i åldern 61-70 år svarar. Endast ett fåtal i åldern 61-70 år svarar av vanliga lyssnare. Bland vanliga lyssnare är det flest i åldern 20-30 år som svarar, medan bland musikartister är det flest i ålder 51-60 år som svarar. Endast en musikartist svarar bara om kön, ålder och vilket musikformat denne använder mest, resten av frågorna besvarar den ej.

Är du man eller kvinna ?



Diagram 5: Könfördelning Musikartister jämfört med vanliga lyssnare.

Din ålder ?

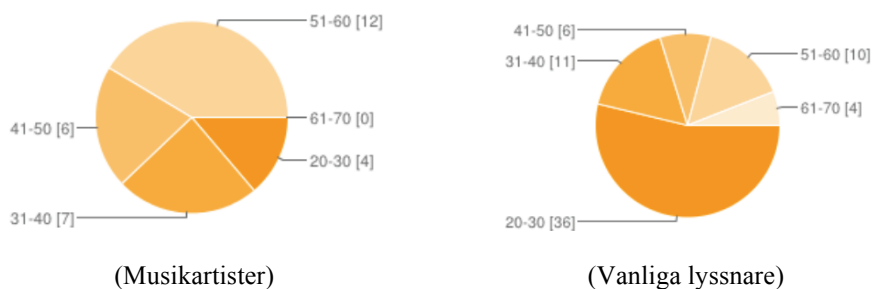


Diagram 6: Åldersfördelning Musikartister jämfört med vanliga lyssnare.

Bortfallsanalys

Bortfallet bland enkätsvaren framgår av tabell 1 på s. 16. Enligt Henricson (2012:309) kan personer som fallit bort under pågående undersökning jämföras med de som stannade kvar. Om dessa inte avviker eller skiljer sig från varandra ger detta stöd för åsikten att bortfallet inte påverkar studien allt för negativt. Då bortfallet nästan är lika fördelat mellan män och kvinnor i båda lyssnargrupperna och även vid en analys av åldersfördelningen i rådata, bedöms inte bortfallet påverka denna webbenkätstudie.

Sammanfattning av resultat och analys

Med stöd av resultatet av genomförd enkätundersökning av hur två olika lyssnargrupper, musikartister och vanliga lyssnare lyssnar på musik kan jag säga följande:

- Betalningsviljan för inspelad musik är större hos lyssnargruppen musikartister än lyssnargruppen vanliga lyssnare. Bland musikartisterna har mer än hälften en hög betalningsvilja medan det bara är en fjärdedel som har hög betalningsvilja bland vanliga lyssnare. De som använder gamla fysiska format har högst betalningsvillighet i bägge lyssnargrupperna.
- Det finns en skillnad på sättet att lyssna på inspelad musik bland musikartister jämfört med vanliga lyssnare. Skillnaden i sättet att lyssna på musik är att musikartisterna lyssnar mer aktivt medan vanliga lyssnare lyssnar mer passivt på inspelad musik.
- Strömmande musik är det vanligaste formatet som används av båda lyssnargrupperna.

Diskussion

Betalningsvilja för inspelad musik

Det är störst villighet att betala för inspelad musik bland de som använder gamla fysiska format, anser både vanliga lyssnare och musikatister. Om deras betalningsvilja är huvudfrågan, det som är avsikten att mätas, mäter jag verkligen (validitet). Det är större skillnad på betalningsviljan i resultatet bland de som använder strömmat och mest bland vanliga lyssnare jämfört med musikatisterna.

Bland vanliga lyssnare är det fler yngre än äldre som inte är villiga att betala för inspelad musik. Det är också fler yngre som är villiga att betala för inspelad musik än de äldre. Betalningsviljan skiljer sig alltså mer bland de yngre än de äldre. Om vi tittar på bägge lyssnargrupperna ser vi att män 20-30 och män 51-60 är minst villiga att betala för inspelad musik. I fokusgruppen är det män 51-60 som inte är villiga att betala medan män 20-30 är villiga att betala. Om vi tittar på vanliga lyssnare, musikatister och fokusgruppen ser vi att män 51-60 är minst villiga att betala för inspelad musik. Om vi bara tittar på vanliga lyssnare är det större skillnad på betalningsvillighet bland olika åldrar och kön än hos musikatisterna. Endast en kvinna 41-50 bland vanliga lyssnare är helt ovillig att betala för inspelad musik.

Varför använder du inspelad musik

Den här frågan är inte bra ställd, då många inte riktigt förstår och därför inte svarar på sista frågan i webbenkäten. Den kanske ska ställas ”Hur använder du musik?” då en ”hur” fråga är lämpligare vid en kvantitativ undersökning. Eventuellt kanske den ska ställas något i stil med: Är du aktiv eller passiv lyssnare? Och ge några exempel. Endast en av alla som svarar säger att han inte är aktiv lyssnare. Det är verkligen ett bevis på att den inte är ställd på ett bra sätt, men samtidigt ger svaren stora skillnader på just varför de olika lyssnargrupperna använder inspelad musik. Vid utformningen av enkätfrågorna diskuteras denna fråga i fokusgruppen och under pilotstudien livligt. Ett alternativ är att fråga om skillnaden mellan aktivt och passivt lyssnande, men jag är rädd för att huvuddelen av vanliga lyssnare inte vet vad det är för skillnad, varför svaren inte ger någon tydlighet vid en jämförelse mellan lyssnargrupperna.

Jag väljer slutligen att utforma den som en öppen ”varförfråga”, därför att jag vill få läsa vad de svarar och därur kunna jämföra lyssnargruppernas skillnader i svaren.

En del av vanliga lyssnare återkopplar den sista frågan till frågan om ekonomiska ersättningen ska vara lika för etablerade som oetablerade artister. Här märks det tydligare av deras svar att de inte är lika insatta i området som musikartisterna. Det framgår av de olika svaren att musikartisterna är väl insatta i området, att de är så kallade ”insiders” och vanliga lyssnare är ”outsiders”. Frågan om ekonomisk ersättning är egentligen till för att styrka frågan om betalningsviljan och om att vara insider eller outsider.

Det märks också att vanliga lyssnare försöker svara, men svarar på något annat och att vissa lämnar den blank, medan musikartisterna verkligen svarar på den eller inte alls.

Av vanliga lyssnarna är det var femte lyssnare som inte svarar på sista frågan. 8 st vanliga lyssnare svarar dock mycket och utförligt, flera rader långt, medan några få inte förstår den och ytterligare några ställer frågor i enkätsvaret. Vanliga lyssnare svarar om t.ex. tillgänglighet, konserter, ekonomisk ersättning, att musik är livet, att det är fantastiskt att bara lyssna på musik, att ha som bakgrundsmusik, att fysiska formatet är roligare än nedladdad.

Av musikartisterna är det var fjärde som inte svarar på sista frågan. En musikartist förstår inte frågan och en tycker frågan är dumt formulerad. 3 st musikartister ger svar om live/konserter. Det är få som ger svar om CD, vinyl och om ekonomisk ersättning för inspelad musik medan övriga ger ett flertal varierande svar.

Över lag har dock bägge lyssnargrupperna svårt att ange tydliga svar på varför de använder inspelad musik. Däremot framgår det av de svaren att musikartister är tydligare aktiva lyssnare än vanliga lyssnare där svaren antyder att det är ett passivt lyssnande som överväger bland dem.

Lyssnarvanor

De flesta vanliga lyssnare lyssnar passivt på musik, då de har bakgrundsmusik eller lyssnar på musik medan de gör något annat. Endast 13% av dessa är aktiva lyssnare då de antingen använder musik i jobbet/undervisning, för att hitta inspiration, få njuta av en upplevelse eller att lära sig en låt.

Musikartisterna är aktiva lyssnare på det sättet att de använder sig av det i jobbet. Nästan 40% av dessa är aktiva lyssnare, ett fåtal är passiva lyssnare medan resten av musikartisterna inte ger något tydligt svar på frågan. Det märks att musikartister är insider för att de är aktiva lyssnare, mest villiga att betala för musik och förstår den ekonomiska problematiken, medan vanliga lyssnare är outsiders då de är större skillnad på villighet att betala för musik och att de är fler passiva lyssnare.

Det har forskats rätt mycket kring olika sätt att lyssna, vilket bl.a. Stockfelt och Lilliestam har beskrivit. Stockfelt (2004:91) har infört termen adekvat lyssnande, med vilket han menar att det finns många sätt att lyssna på. Lilliestam (2006:92) menar att det blir skillnad på aktivt och passivt lyssnande, där aktivt innebär att man bara lyssnar på musik medan passivt innebär att man gör något annat samtidigt. Det är lätt att i svaren se denna skillnad bland grupperna av vanliga lyssnare och musikartister samt vad och hur de lyssnar på inspelad musik.

Det är endast en som pratar om musik till dans. Lilliestam (2006:113) hävdar att det finns märkligt lite forskning kring musik till dans, vilket även framgår tydligt av resultatet.

Citat från en vanlig lyssnare: *"I min yrkesprofession, arbetar som danslärare"*

Musikformat

Fler vanliga lyssnare använder CD än vinyl och ingen musikartist använder vinyl mest. Detta är intressant då IFPI (2013) hävdar att vinyl har ökat rejält mellan 2008-2013 och Werner (2012) menar att vinyl har tiodubblats sen 2007 och fortsätter att öka medan CD har minskat rejält, vilket är omvänt mot vad enkätens resultat anger. CD: n lever nog kvar längre än vad många tror.

Att ingen använder kassett mest förvånar mig speciellt bland äldre. Även om inte många använder kassett idag så finns det ändå vissa rariteter som endast är släppta på kassett som medium och är svåra att få tag på, rena samlarobjekten med samlarvärden. Det kanske är mer för "samlaren" sådana som verkligen samlar kassett, skivor och allt möjligt på en specifik musikartist. Enligt Lilliestam (2006:122-123) är det oftast män som är samlare och kvinnor lyssnar mer på musik.

Att vanliga lyssnare använder mest MP3 och musikartister använder mest iTunes av övriga format är tanke värt. En del använder mer mobilt lyssnande i form av att det har med sig

musiken vart de än går t.ex. i Iphone eller MP3. De som använder MP3, Itunes och mobilt lyssnande (vilket är få i resultatet) kanske anpassar sig till den teknologiska utvecklingen och framtidens musikanvändning. Johansson (2011) ger idéer om framtidens musikanvändning som handlar om att kanske köpa appar och ha musik på hårddiskar och i Iphone. Lilliestam (2006:99) menar att mobilt lyssnande har lett till helt nya möjligheter att lyssna på musik och även till nya beteenden. Musiken följer med dig vart du än är och du behöver inte längre gå dit där musiken är.

Av de som svarar är det mest folk som använder strömmad musik, det är ju naturligt då vi har genomgått ett paradigmskifte från fysiska skivor till ny digital teknik i form av strömmat. Av vanliga lyssnare speglar det på att många tycker att musiken är lättillgänglig.

Metoden

En del vanliga lyssnare och musikatister hamnar i gruppkonversation på Facebook, det är endast de jag är vän med. De kan se vilka som är med i grupperna. Musikatisterna och vanliga lyssnarna hamnar i två olika grupper. De flesta lämnar dem och några fåtal skriver något i grupperna så de andra kan se.

Musikatisterna håller en dialog på Facebook med varandra om webbenkätfrågorna och om musik, medan vanliga lyssnarna talar om att de svarar på webbenkäten och ger andra tips om musik i stil med ”Har du hört denna?”. Här märks det åter igen tydligt att musikatisterna är ”insiders” och att vanliga lyssnarna är ”outsiders” inom området. Hos många musikatister som får meddelande om länken till webbenkäten hamnar meddelandet i deras ”övrigt mappar”. För att jag inte har haft kontakt med de tidigare står det att meddelandena skickas till deras ”övrigt mappar”, det vill säga ej i deras inkorg. Av dessa är det endast två st som läser och skriver tillbaka att de svarar på enkäten. Av detta drar jag slutsats att det är bättre att skicka till musikatister som godkänner att meddelanden hamnar i deras inkorg för då läser fler meddelandet. Det är något att tänka på om jag ska göra om undersökningen.

Fortsatt forskning

Hur använder musikatister andras kompositioner och hur vanliga lyssnare lyssnar på dessa artister är bra för fortsatt forskning. Även dessa frågor är bra för fortsatt forskning: Hur mycket är lyssnare villiga att betala för musik idag? Ska musik vara gratis? Hur påverkar denna problematik musikatister? Hur ska upphovsrättslig ersättning bli bättre för

musikartister? Om verkligen de som är helt villiga att betala för musik verkligen betalar för musik är inte tillförlitligt (reliabilitet), så där krävs mer forskning. Hur mycket de är villiga att betala för inspelad musik vet man dock inte, där krävs det också mer forskning.

Fråga som väcks under arbetets gång

En fråga som väcks under arbetets gång är: Varför läser många meddelandet om enkäten, men inte svarar? De kanske är rädda för länken, att gå vidare för att det kan leda till något annat, hur tillförlitligt är det? (reliabilitet). Om jag ska göra om studien ska länken till webbenkäten skickas i privata meddelanden till var och en vid första utskicket för att inte alla ska hamna i en gruppkonversation (de jag är vän med). Vid privat meddelande kan ingen annan se vem som får länken då det är anonymt. Då alla hamnar i gruppkonversation blir det många som lämnar den, fåtal skriver något, en del som ser det svarar, en del ser det men är inte intresserade och en del ser det inte men är intresserade. Redan här är metoden inte riktigt bra. Att skicka meddelande till var och en ger ett bättre resultat, men är betydligt mer tidskrävande. Andra utskicket till var och en med samma meddelande som i gruppkonversationerna leder till att en del som ser det i gruppkonversationerna redan har svarat och då får jag personligt meddelande på Facebook om att de redan har svarat. Då byter jag metod och börjar skicka samma meddelande som vid första utskick med förändringen på slutet ”Om ni redan svarat kan ni bortse från detta, Tack”. Men då blir det ännu fler som skriver tillbaka att de redan har svarat. Det märks verkligen att gruppkonversationer måste undvikas vid enkätutskick.

Svarsfrekvensens påverkan

Det är endast en som svarar och säger att han tycker att layouten på enkäten är svår i färg, att det är svårt att läsa frågorna. Detta kan också påverka svarsfrekvensen. Jag ändrar detta om det är fler som säger samma sak. Ingen i fokusgrupperna och i pilotstudien tar upp detta, utan det inträffar när det officiella utskicket är ute.

Det är endast en som säger att han är intresserad av att besvara enkäten, men som säger ordagrant ”*Öppnar inte saker via datorn*”. Han får frågorna med svarsalternativ via ett privat meddelande istället och då svarar han. Detta är bra exempel på att länken inte är bra som metod, men att skicka frågorna direkt i privat meddelande ger svar. En man kan inte öppna

länken, så jag skickar länken igen och då går det bättre. Detta är ytterligare bevis på att länken inte är bra metod, då det är problem med den.

Efter personlig påminnelse till var och en, när jag säger att de är speciellt utvalda resulterar det i att fler svarar på enkäten. Detta visar hur viktigt det är att vara personlig, riktad, inte vara allmängiltig och inte vara en i mängden.

Det som är mest förvånande under arbetet

En musikartist säger att han svarar men finns ej med i statistiken då börjar jag tvivla på att han svarar. Hur tillförlitligt är det att de som säger att de svarar, verkligen svarar (reliabilitet)? Det som mest förvånar mig under processen är att en del är aktiva på Facebook, lägger upp nya foton men läser ej meddelandet om webbenkäten. Dessutom att några fåtal skriver tillbaka att de inte vill svara på enkäten av olika anledningar. Det tycker jag är starkt vågat av dem. En som inte vill besvara enkäten skriver ändå i privat meddelande hur han använder musik, han svarar egentligen på innehållet i enkäten utan att veta om det. Citat från honom:

"Inte intresserad av någon undersökning". "Men jag kan säga så här att jag köper cd skivor nu och ripar dom till min mp3. Men förut laddade jag ner dom men nu går ju det knappt att göra längre och cd skivor är ju billigare nu".

Endast 2 st vanliga lyssnare och 1 st musikartist säger att de inte vill svara. Av etiska skäl nämns det inte varför. Två st musikartister skriver tillbaka att de inte har tid men vill gärna besvara, en manlig av dessa säger- *"Jag hinner inte, Gustaf, lycka till ändå"*. Några citat från artister som svarar: *"Fixar detta". "Svarat". "Tack"*.

Det mest tanke värda svaren

Dessa två citat nedan är de som sticker ut mest ur mängden och är mest tanke värda på vad de egentligen menar. Det känns som att det ligger någon underliggande mening bakom deras svar. Citat från en manlig musikartist som är den ende som svarar på frågan som egentligen är rubrik till länken för enkäten-

"Jag hör ljud....". En musikartist skriver på sista frågan- *"För att jag inte använder oinspelad"*.

Lyssnarattityder

Det är meningen att jag ska skriva om lyssnarattityder. Över lag är begreppet ”Lyssnarattityder” svårt, det är lättare att beskriva folks betalningsvilja, lyssnarvanor och om de är aktiva eller passiva lyssnare. Granfors (1998:4, 6) menar att attityder mynnar ut i ett beteende och då kan ett förändringsarbete träs i kraft. Man kan skapa ett åtgärdsprogram som är kopplat till förändringsarbetet vilket är bra för fortsatt forskning.

Google Drive

Resultat i Google Drive ger bara folks åsikter i procent och antal svar, ej över hur många kvinnor och män som tycker saker. Detta gör att jag får räkna alla män och kvinnor för sig, vilket är tidskrävande. Det borde finnas enklare sätt att göra det på direkt i applikationen. Det är lika dant med de som väljer övriga format, där får jag räkna de separat då Google Drive endast tar generella resultat, det vill säga bara hur många som svarar ”övrigt” men inte hur många som väljer MP3, radio och Itunes som format. Det kanske finns bättre program för sammanställning av resultat.

Lista med reservnamn

Jag har en lista med några reservnamn. Det är endast 2 st som är tillgängliga bland musikartister vid utskicket, men som helt plötsligt ej är tillgängliga längre med sina Facebook-konton. Då används nya namn som står på reservlistan. Det visar sig att det är viktigt att ha reserver då en del kan försvinna under processen. Där är det givet om vad bortfallet beror på.

Facebook VS Twitter

Jag har bättre kontroll på vilka som läser och inte på Facebook än på Twitter, då det står ”visat” och klockslag på Facebook. Om man vill föra exakt statistik på vilka som läser och när ska man välja Facebook, men om man endast vill skicka länken kanske det är enklast att göra det på Twitter då det är begränsat antal tecken man kan skriva.

Pilotstudien

Pilotstudien är inte lika bra genomförd som fokusgrupperna då den görs via gruppkonversation på Facebook medan fokusgrupperna görs ”face to face”. Det är lättare ”face to face” då man ser deltagarna, kan kommunicera på ett annat sätt och se deras

kroppsspråk. Allt detta går man miste om vid en gruppkonversation på Facebook. Men det är smidigt med gruppkonversation om någon inte kan vara med på plats hela tiden utan bara kan vara med en liten stund. Alla nås lättare via gruppkonversation annars måste man ha bestämd tid och alla ska kunna vara med vid ”face to face”.

Källförteckning

Tryckta källor:

Albinsson, Staffan (2013). *Nothing new under the sun: essays on the economic history of intellectual property rights in music*. Diss. Göteborg: Göteborgs universitet, 2013

Bossius, Thomas & Lilliestam, Lars (2011). *Musiken och jag: rapport från forskningsprojektet Musik i människors liv*. Göteborg: Bo Ejeby

Burell, Kerstin (1983[1978]). *Enkät*. 1. uppl., 3. tr. Stockholm: J.-A. Kylén-Utbildningskonsulter

Brusila, Johannes (2012). Musikens industriella produktion: organisation, ekonomi och kultur. I Ternhag, Gunnar & Wingstedt, Johnny (red.), *På tal om musikproduktion: Elva bidrag till ett nytt kunskapsområde*. (s. 26-54). Göteborg: Bo Ejeby

Stockfelt, Ola (2004). Adequate modes of listening. I Cox, Christoph & Warner, Daniel (red.), *Audio culture: readings in modern music*. (s. 88-93). New York: Continuum

Ekengren, Ann-Marie & Hinnfors, Jonas (2012). *Uppsatshandbok: [hur du lyckas med din uppsats]*. 2., [rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Granfors Wellemets, Ulrika (1998). *Attitydundersökningar: ett stöd i förändringsarbetet*. Stockholm: Sveriges verkstadsindustrier

Henricson, Maria (red.) (2012). *Vetenskaplig teori och metod: från idé till examination inom omvårdnad*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Lilliestam, Lars (2006). *Musikliv: vad människor gör med musik - och musik med människor*. Göteborg: Bo Ejeby

SFS 1998:204. *Personuppgiftslag*. Stockholm: Justitiedepartementet.

Trost, Jan (2012). *Enkätboken*. 4., uppdaterade och utök. uppl. Lund: Studentlitteratur

Wibeck, Victoria (2010). *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. 2., uppdaterade och utök. uppl. Lund: Studentlitteratur

Elektroniska källor:

Eliasson, Annika. (2013). Kvantitativ metod från början. I *Högskolan Dalarna*. [pdf]. Hämtad från Högskolan Dalarna, Fronter

Ifpi Sverige. (2013). Musikförsäljning i Sverige 2013. I *Ifpi*. [pdf]. Hämtad 17 december 2014 från <http://www.ifpi.se/wp-content/uploads/statistik-20131.pdf>

Johansson, Daniel. (2013). From Products to Consumption-Changes on the Swedish Music Market as a Result Of Streaming Technologies. I *Linnéuniversitetet*. [pdf]. Hämtad 17 december 2014 från [http://lnu.se/polopoly_fs/1.95498!Johansson%20D.%20\(2013\)%20From%20Products%20to%20Consumption1.pdf](http://lnu.se/polopoly_fs/1.95498!Johansson%20D.%20(2013)%20From%20Products%20to%20Consumption1.pdf)

Johansson, Daniel. (2011). *Framtidens musikanvändning*. [videofil]. Hämtad 20 december 2014 från <http://vimeo.com/12100308>

Portnoff, Linda & Nielsén, Tobias. (2014). Musikbranschen i siffror: statistik för 2013. I *Tillväxtverket*. [pdf]. Hämtad 17 december 2014 från http://www.musiksverige.org/wp-content/uploads/musikbranscheniisffror2013_Webb.pdf

Werner, Ann. (2012, november 23). Forskare undersöker ungas musikvanor. I *Östnytt*. [webb]. Hämtad 20 december 2014 från <http://www.svt.se/nyheter/regionalt/ostnytt/musikbransch-i-forandring>.

Bilagor

Enkätfrågor enligt bilaga 1

Några citat av vanliga lyssnare och musikartister enl. bilaga 2

Användning av inspelad musik

För mitt examensarbete vid Högskolan Dalarna vill jag att du deltar i min undersökning om musiklyssnarens vilja att betala för inspelad musik. Enkäten består av 6 frågor och tar ca 3 minuter att besvara. Namnen på undersökningens deltagare kommer inte redovisas i rapporten. Jag heter Gustaf Löwenstein och önskar svar senast Onsdag 17/12 2014. Tack för din tid och hjälp! Min kontakt är: h12guslo@du.se eller 0705228930.

Är du man eller kvinna ?

- Man
- Kvinna

Din ålder ?

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70

Vilket musikformat använder du mest ?

Välj det alternativ som passar dig bäst.

- Youtube
- Strömmande inspelad musik (Spotify och liknande tjänster)
- CD
- Vinyl
- Övrigt:

Hur väl instämmer du med att oetablerade och etablerade artister bör få samma ekonomiska ersättning för inspelad musik?

Välj det alternativ som passar dig bäst.

1 2 3 4 5 6

Instämmer inte alls Instämmer helt

Hur villig är du att betala för inspelad musik?

Välj det alternativ som passar dig bäst.

1 2 3 4 5 6

Högst ovillig Mycket villig

Varför använder du inspelad musik?

Motivera ditt svar.

Några citat

Några citat av musikartisterna:

"För att jag inte använder oinspelad"

"Förstår inte frågan. Varför inte eller Hur annars?"

"För att jag älskar musik. Dum fråga"

"Jag använder det i mitt jobb som artist, studerar in nya låtar till shower och skriver ev nya texter till dem."

"har man ett val? annars blir inte Ledin no bellnominerad. För jösse löser noter så mintfint"

"Inspiration, avkoppling, arbete."

"Jag använder det i mitt jobb som artist, studerar in nya låtar till shower och skriver ev nya texter till dem."

"Tycker om det!"

"För själslig beröring."

"Inspiration, jobb"

"Jag använder mest Spotify och Vinyl det mesta format däremellan använder jag inte. Det är viktigt att artister kan få ersättning för sin musik annars kan dom ju inte göra den, hur det löses vet jag ej, däremot kommer streamtjänster att bli större och kommer där också kunna betala ut mer pengar, men som i allt annat så är det många som vill dela på kakan, skivbolag, manager, förlag och dylikt. dvs. artisten får mycket mindre. men om artisten får upp sina grejer själv på streamingtjänster och slår, så blir det stora summor.

"Därför att den är genomarbetade verk ich gjorda för att lyssnas på utan att du ser musikerna."

Några citat av vanliga lyssnare:

"Bakgrundsmusik. Lyssnar sällan på musik "aktivt"."

"Spotify"

"Musik är livet."

"För inspiration"

"För att jag inte äger ett live band."

"Va? Varför jag "använder inspelad musik"? Menar du varför jag lyssnar på musik som är inspelad kontra live? Massor av anledningar, en är att det är möjligt att mixa bättre än live."

"lättåtkomligt, stort utbud, rimligt pris"

"Det är det bästa sättet att få lyssna på den musik jag vill ha just då. Det stora urvalet. Känner mig uppdaterad. Använder det i jobbet. Det är viktigare för mig att hitta rätt musik direkt än att få högsta ljudkvalitet."

"Jobbigt att spela alla låtar själv."

"Frågan låter inte logiskt... men jag skulle motivera så här: för Jimi Hendrix, Kurt Cobain osv, kan inte spela privata konserter längre."

”När jag hittar ett band eller en artist som jag "förälskar" mig i, är det något jag vill lyssna på om och om igen. Att jag sedan är lite tekniskt handikappad gör att jag vill att det ska vara så enkelt som möjligt att lyssna på det. Alltså, stoppa in en CD, tryck på play, lyssna. På sin höjd kan jag konvertera musiken så det passar in i mobilen eller en MP3-spelare (ja, jag har fortfarande en sån). Lycka till med ditt projekt!”

”I min yrkesprofession, arbetar som danslärare”

”För att alla vill kunna leva på sitt jobb, och jobbar man hårt för att förverkliga sina drömmar så måste man kunna få betalt för det...”

”Musik i inspelat format har jag alltid tyckt är roligare och personligare än i digitalt format. Jag gillar helhetsformatet med skivor - förutom musik ingår även omslag, artwork, booklet och texter. Dessutom så stödjer man den musik man gillar.”

”Precis som en skådespelare använder filmer för att framföra sin skicklighet för skådespeleriet är det viktigt att en musiker har ett album eller separata tillgängliga låtar inspelade för att kunna framföra sitt artisteri och musik i ett samlat format för lyssnare att upptäcka. Och detta är för mig en självklarhet att betala för. Streamingtjänster (så länge artisten får arvode enl. avtal) är en perfekt plattform för att sprida sin musik snabbt och blandat genom sociala medier och i folkmun. En artist (musiker) har samma rätt att ta betalt för sin musik som en konstnär har för sina verk, bägge är ett personligt utlopp av konstnärliga kunnighet.”