

Överflöd, brist och begagnade medier

PELLE SNICKARS

1900-talets medielandskap framstår i backspegeln som särdeles rikt och präglad av kulturell mångfald. Det gäller medieutbudet i både dess kommersiella och mer statliga tappning. Ändå har stödformer kring speciellt värdefullt innehåll (med kvalitativa förtecken) länge präglad den svenska medie- och kulturpolitiken. Regeringens nuvarande kulturpolitiska mål från 2009 slår till exempel fast att kulturpolitiken ”ska främja kvalitet och konstnärlig förnyelse” – och ungefär så har det hetat även tidigare.¹ Mediehistoriska belägg för att dåtidens utbud behövde regleras (på ett eller annat sätt) finns det därför många. Alternativa uttryck har uppmuntrats; att styra bort medie- och kulturkonsumtion från den lika hotande som enfaldiga brist som kännetecknat den kommersiella mediekulturen har varit ett ständigt påbud. Sitt mest flagranta uttryck fick denna hållning i 1974 års kulturpolitik, vilken uttryckligen skulle motverka den kommersiella kulturens skadliga inverkningar. Tankegången var under lång tid densamma – så hette det exempelvis i en kulturpolitisk proposition från 1996 att risken då fortsatt var stor att ”massmedier som verkar på kommersiella villkor [...] inriktar sig på att tilltala en stor och allmän publik [där] mångfalden kommer bort och [...] innehållet blir förutsägbart och trivialt”. Därför var det också angeläget att det fanns ”public service-företag som kan svara för mångfald och kvalitet”.²

Mångfald och kvalitet som compensation för en mediekultur präglad av påstådd knapphet? Som mediehistorisk utsaga kan det förefalla något underligt givet 1900-talets prunkande medie-ekologi. I dag är det dock uppenbart att den här typen av kulturpolitiskt tänkande inte bara är daterat. Det är också relaterat till en mediesituation som skiljer sig från internets enorma utbud – och det handlar inte om en gradskillnad, utan om en artskillnad. Under lång tid var tanken att god kvalitetskultur skulle

utgöra motvikt till den kommersiella lågkulturen. I dag är vår digitala belägenhet så pass annorlunda att det inte längre är meningsfullt att ställa upp en snarlik dikotomi. Men framför allt kan man inte längre hävda att det finns en mediekulturell brist, snarare har vi att göra med ett kopiöst digitalt överflöd av såväl högt som lågt, liksom gammalt och nytt.

Egentligen är det först när man jämför 1900-talets analoga medie- och kulturutbud med den tidiga digitalålderns användargenererade (och professionella) överflöd, som det framstår som rimligt att beskriva dåtidens utbud i termer av knapphet och underskott. Brist på innehåll blir med en sådan optik karakteristiskt för 1900-talets mediekultur. I den meningen hade dåtidens många smakuppfostrare rätt, och här finns också en sorts mediereformistisk kontinuitet i det att smaknormerande argument och föreställningar i dag återkommer i medieoffentligheten. I diskussionen kring digitaliseringens effekter är en snarlik retorik kring brist och överflöd nämligen högst närvarande. Det kan gälla kvalitetsjournalistikens framtida utmaningar, hur traditionellt läsande framstår som hotat, eller hur digitaliseringen reducerar brist (eftersom alla filer enkelt kan dupliceras) i mer ekonomiska termer. Som ekonomiskt begrepp är brist en central prisreglerande kategori för en marknadsekonomi, det som på engelska kallas *scarcity*. Den oändliga kopierbarheten hos digitala filer eliminerar såtillvida ekonomisk brist, och åsidosätter effektivt prismekanismen som baserar sig på tillgång och efterfrågan.

Brist och överflöd har dock framför allt använts i den kulturella offentligheten som ett slags retoriska slagträn. I regeringens senaste litteraturutredning, *Läsandets kultur* (2012), vimlar det exempelvis av närmast anti-digitala argument, där internet sägs vara präglad av överflöd och ett ”snabbare och mer kortfattat informationsutbyte [vilket innebär att] de texter som internetanvändarna kommer i kontakt med oftast är korta och inte kräver så mycket av läsarna”.³ En skribent som ägnat sig åt frågan med viss mediehistorisk accent är *Svenska Dagbladets* tidigare kulturchef Daniel Sandström. Hans åsikter kan med fördel användas som symptom på den mediekulturella offentlighetens hållning (med negativa förtecken) där kulturens digitalisering i ymnighetens tecken blivit ytterligare ett steg i en nedåtgående spiral av påstådd kvalitativ utarmning. ”Överflödet kom med den digitala revolutionen”, hävdade han exempelvis i en kulturkrönika våren 2013. ”Nu ökar informationsmängden”; det är illavarslande eftersom ”läsningen minskar i oroväckande takt”. Bristen på ord är därför inte problemet i dag – nätet svämmer ju över av text – ”vad som behövs är ett språk”.⁴

Precis som i den senaste litteraturutredningen leder den här typen av digital överflödsrädsla ofta till argument som starkt påminner om den kulturkonservativa fruktan inför masskulturens nivellering av det offentliga samtalet under 1900-talet. Vad det egentligen handlar om är en högst normerande syn på informationsöverflöd i allmänhet, och mediala hierarkier i synnerhet. Boken tronar överst – alla andra medieformer är sekundära. I det här kapitlet intresserar jag mig emellertid inte för det faktum att förhållandet mellan kvantitet och kvalitet kritiskt spetsats till (och aktualiserats) i en digital situation präglad av överflöd. Det har jag skrivit om i andra sammanhang.⁵ Jag tror inte heller att en vanligtvis initierad uttolkare av det samtida medielandskapet som Daniel Sandström behöver oroa sig för att läsningen minskar – för det gör den inte. Internet som medium har snarare gjort att vi läser och skriver som aldrig förr, men detta läsande och skrivande är annorlunda än tidigare och präglas av nätet som medieform. All läsning är alltid mediehistoriskt situerad. Det finns därför goda skäl att förhålla sig skeptisk till den här typen av åtskiljande och kulturnormerande dikotomier.

Sandström är dock något på spåren, och det gäller främst den mediehistoriska förändringsprocess vilket begrepp som brist och överflöd frilägger. ”Jag minns min ungdom som en ständig kamp för att få tag på information: man saknade saker att läsa, filmer att se, skivor att spela”, skrev han exempelvis i en annan söndagskrönika i *Svenska Dagbladet* vårvintern 2014. Inför denna informationsbrist är Sandströms barn i dag uppenbarligen lika oförstående som han ”en gång var inför mina föräldrars upphetsade berättelser om bananer som inte fanns förrän efter andra världskriget”.⁶

1900-talets medieutbud karakteriseras här alltså återigen av informationsbrist, åtminstone från ett användarperspektiv. Visserligen kan man enkelt invända mot resonemanget; äldre böcker har exempelvis alltid funnits tillgängliga på folkbibliotek. Samtidigt är det bara alltför lätt att känna igen sig i den här typen av beskrivningar om de mediala villkor som präglade ens uppväxt. Minnet av mediebrist är även för mig en högst påtaglig erfarenhet; som 40-plussare är jag ungefär lika gammal som Sandström. Den utgör rentav en sorts utgångspunkt för min egen fascination inför det digitala medielandskapets oändliga utbud, där i princip allt är tillgängligt (om man bara vet var man ska leta).

Ett äldre medieutbud återfinns numera överallt på internet – ett sådant innehåll konstituerar till och med stora delar av webben i dess helhet.

Utbudet är närmast oändligt, och alltfler medieformer är dessutom uppbyggda i enlighet med den slags arkivariska princip där mediet *per se* framstår som sitt eget arkiv. När SVT Play lanserades för några år sedan gjordes det med devisen: ”Mer än 2000 timmar TV – när du vill!”, och Spotifys reklamslogan i dag lyder på ett snarlikt sätt: ”All your music is here. Spotify gives you millions of songs at your fingertips.” Digitala medier framstår därför på flera sätt som oskiljbara från sina egna arkiv. Lite tillspetsat är alla digitala medier i dag samtidigt – och på samma gång – begagnade medier. Det är rentav en mediespecifik karakteristika för en stor del av det digitala medieutbudet, vilken ständigt gör sig påmind. Ungefär samtidigt som jag skriver detta får jag till exempel tips via Twitter om en ny sajt där bandet The Smiths presenteras i ett elegant gränssnitt: ”The Interactive Sound of The Smiths 1982–1987. Explore the interactive world of The Smiths and discover the complete discography of one of the most influential British groups of a generation.” Den semantiska likheten mellan ord som *discover* och *discography* har här flera betydelser än vad man någonsin tidigare kunde ana.⁷

Jämför man med hur jag själv upptäckte och bildade mig popmusikaliskt *anno dazumal* – genom att bokstavligen *läsa* mig igenom *Bonniers musiklexikon* (andra upplagan från 1983) – är kontrasten bedövande. 1980-talet kan tyckas långt borta, men det är lätt att glömma bort att under stora delar av 1990-talet, före den publika webben, så var situationen i stort densamma. Äldre medier var svåra att få tag på – vare sig de var begagnade eller inte. Självläste jag då filmvetenskap på Stockholms universitet, och tillsammans med en kursare ägnade jag en del tid att sätta samman långa listor på filmer vi ville se – men inte kunde, eftersom vi inte hade tillgång till dem. En del film kunde visserligen inhandlas av en äldre lärare (med ett gigantiskt videotek) till så kallat självkostnadspris à 200 kronor per film (han tjänade grova pengar). Andra filmer kunde man möjligen få se om man lyckades lura personalen på Arkivet för ljud- och bild (ALB) att syftet var relaterat till en uppsatssuppgift. Men lätt var det inte och därtill kostade det (länge) pengar att kopiera videoband även på ALB. När jag för tjugo år sedan skrev min magisteruppsats i filmvetenskap och ville citera rörliga bilder – uppsatsen var ett pionjärbete och ingick i den filmvetenskapliga institutionens satsning på interaktiva miljöer, det vill säga uppsatsen skrevs digitalt med möjligheten att i texten visa film – var det stört omöjligt att få loss ett vhs-band av Pier Paolo Pasolinis *Svinstian* (1969) från ALB för att ens digitalisera några futtiga minuter.

Min poäng är att brist på flera sätt under lång tid utgjort *default* för umgänget med medier. Jag vill därför mena att abstrakta kategorier som brist och överflöd framstår som alltmer relevanta för en mediehistorisk analys av skillnader (och likheter) mellan ”det analoga” och ”det digitala”. Denna brist är en sorts mediehistorisk belägenhet som förändrat sig under de senaste tio eller möjligen femton åren, och det är skälet till att jag intresserar mig för denna medieprocess med utgångspunkt i medier som är begagnade, det vill säga som redan använts.

Medier mellan nytt och begagnat

Begagnade medier är äldre medieformer som tagits ur cirkulation – för att sedan säljas och användas igen. Ekonomisk värdering och värde framstår därför som särskilt intressanta. Av den anledningen kommer jag i det här kapitlet att resonera en del kring andrahandsvärde av digitala medier, en fråga som är motsägelsefull och därför givit upphov till flera dispyter mellan branschföreträdare. Men relationen mellan begagnade medier och värde kan också turneras i andra mediehistoriska sammanhang. Så har exempelvis Johan Jarlbrink i en artikel om tidningen som avfall under det sena 1800-talet analyserat hur ”vardagens mediebruk och värderingen av ett medium kan förändras över tid”. Just dagspress var en färskvara, och när tidningen förlorade i nyhetsvärde kom den att användas på helt andra sätt. I den slog man in fisk, man naglade fast tidningssidor på väggen som skydd mot drag, tidningar blev underlag för tapetsering, eller så eldade man helt sonika upp pappret. Delar av presshistorien handlar i så måtto lika mycket om skräp – som om läsning.⁸ I sin bok *How to do things with books in Victorian Britain*, som behandlar en äldre bokkultur bortom läsandet, har Leah Price på ett snarlikt sätt betitlat ett av sina kapitel ”The book as waste”.⁹

Ett ord som begagnad är såtillvida besläktat med termer som återanvändning, återbruk eller avfall. Men framför allt handlar det om användning på nytt av förbrukade medier. Samtidigt har också detta återbruk förgreningar i historien. I Ellen Gruber Garveys studie *Writing with scissors* är det exempelvis (som framgår av titeln) saxen som står i centrum i hennes mediehistoriska genomgång av en äldre klipp-och-klistra-kultur med fokus på klippböcker. Ett kapitel som ”Reuse, recycle, recirculate: Scrapbooks remake value” antyder om inte annat att dagens digitala remix-kultur är betydligt äldre än man kan tro.¹⁰ Ibland hävdas det att

digitala kulturformer i allra högsta grad baseras på den här sortens remix av begagnade medier, och att originalitet främst kommer till uttryck genom återanvändning, ständig kopiering, appropriering – det vill säga, nya former av digital remix-kultur där all underliggande kod enkelt kan dupliceras med några knapptryck. Ett annat, närbesläktat område är det kring *öppen data* som också handlar om att återanvända digital information. Öppen data är digital information som ska vara fri att använda utan inskränkningar, detta för att underlätta att den återbrukas.

Av dessa skäl är det inte svårt att inse att konceptet kring begagnade medier kan användas produktivt för att förstå flera av de förändringar som karakteriserar det samtida umgänget med nya medier – vilket förstås även det är ett begrepp som har bäring på diskussionen. Å den ena sidan lär mediehistorien att nya och gamla medier existerar parallellt, å den andra sidan kallades många gamla medier för just nya när de introducerades. För Marshall McLuhan var televisionen ett nytt medium, precis som samtidens digitala medier i dag betecknas som nya. Möjligen föreligger det en viss begreppslig förskjutning eftersom nya medier numera i regel definieras som nya främst i jämförelse med sig själva. De blir därför snabbt begagnade. Som Jonathan Sterne påpekade redan för ett par år sedan i en artikel med den talande titeln, "Out with the trash: On the future of new media" är *newness* i datorsammanhang en försäljningskategori som i princip enbart är relaterad till "äldre datorer". Och begagnade blir datorer, mobiler och surfplattor enligt it-branschen väldigt snabbt.¹¹

Exakt när ett medium blir begagnat kan man fundera över, samt om det är en process som accelererat i och med inträdet i den digitala tidsåldern – eller inte. Mina egna begagnade datorer och läsplattor, och det finns numera ganska många av dem, har exempelvis haft en tendens att migrera inom familjen, från den äldsta dottern till den yngsta, innan de hamnar i soporna. Värdeminskningen är med andra ord successiv, för att till slut närma sig noll. Fast med andra perspektiv kan man också hävda att värdet aldrig blir noll, för när apparaterna kastas skickas de oftast till återvinning. I skrotbranschen, som är något av en underutforskad medial andrahandsaktör, finns betydande summor att tjäna på att exempelvis utvinna metaller ur gammalt elektronik- och dataskrot.

Mitt intresse för begagnade medier har såtillvida flera ingångsvärden och det hänger också samman med en återkommande faiblesse för mediehistoriska frågeställningar kring lagring och bevarande, digitalisering och

tillgängliggörande. Sådana verksamheter var del i mitt dagliga arbete som forskningschef på Statens ljud- och bildarkiv (SLBA) och Kungliga biblioteket (KB) under nästan ett decennium, dessutom är det något som jag återkommit till och skrivit om i flera artiklar och bokprojekt. Tillsammans med några kollegor på KB gjorde jag exempelvis för några år sedan en bok som berättade om lagring på ett annorlunda sätt, *The story of storage*, och framför allt är det förändringen av lagrandets tekniska villkor – från analogt till digitalt – som länge fascinerat mig.¹²

I den meningen är ett koncept som begagnade medier ytterligare ett sätt att få korn på skillnader (och likheter) mellan analoga och digitala medieformat. Institutioner som i sammanhanget framstår som mediehistoriskt relevanta att se närmare på är exempelvis bibliotek eller (medie)arkiv, antikvariat, skivbörsar eller för den delen cinematek – platser där äldre medier mot betalning (på ett eller annat sätt) återinförs i det kulturella kretsloppet. Man bör samtidigt ha i åtanke att medieutveckling vanligen ”återverkar” på tidigare former och format – *zurückwirken*, för att använda ett av Walter Benjamins mer centrala mediebegrepp. Reproduktion, kopiering, återverkan; alla medieformer bygger på varandra och många existerar parallellt. Men de influerar också varandra *retroaktivt*. Idén om återverkan – som Jay Bolters och Richard Grusins begrepp remediering är mer eller mindre kalkerat på – förutsätter därför att medieutvecklingen samtidigt alltid blickar bakåt.¹³

Det gäller i allra högsta grad begagnade medier, och den ekonomiska status och det värde de besitter – över tid. I regel sjunker prissättningen på äldre medier; en ny bok i handeln är ofta dyrare än de man köper på antikvariat (med reservation för vad inflationen kan ställa till med). Gamla lp- eller cd-skivor kostar mindre nu än då, etcetera. Men det behöver inte alltid vara så; utbud och efterfrågan reglerar som alltid pris. En signerad förstahandsutgåva av en författare vars kulturella kapital ökat gör inte sällan att en sådan bok blir dyrare än tidigare. Hur begagnade medier ska värderas är därför en konst i sig. På bokmarknaden råder förvisso inte samma prisstegring som när det gäller (viss) konst, men marknadsmekanismerna är desamma. Har du en boksamling du vill sälja? frågar exempelvis Rönnells antikvariat (i Stockholm) på sin hemsida.

Vi köper in böcker inom de allra flesta ämnesområden, både rariteter och enklare brukslitteratur. [---] Även tidskrifter, kartor, bilder, efemära tryck eller handskrifter såsom priskuranter eller brev kan

vara intressant för oss att titta på. Bokklubbsböcker, tidningar eller böcker i dåligt skick är oftast inte av intresse, men undantag finns alltid.¹⁴

På Rönnells finns många värdefulla böcker; äldre rariteter kan man som bekant tjäna mycket pengar på. De mer än 50 böcker som chefen för KB:s handskriftsavdelning, Anders Burius (KB-mannen), stal från nationalbiblioteket under ett antal år vittnar om inte annat om det betydande värde som äldre böcker kan ha. Begagnade medier behöver alltså inte med nödvändighet vara billiga.

För egen del var den kanske största skillnaden mellan att byta arbetsplats från SLBA till KB för ett antal år sedan just samlingarnas värde – ett ekonomiskt värde som alltid är kopplat till arkivens mediala materialitet snarare än faktiskt innehåll. Mediearkivet på SLBA bestod av ett par hundratusen billiga videoband och musikkassetter i plast, alltmedan de (äldre) fysiska och sinnliga boksamlingarna på KB är närmast ovärderliga. De flesta av KB:s inkunabler (böcker tryckta före 1500) skulle ju vara minst sagt kostsamma om de såldes på en öppen marknad. Att kränga sladdriga vhs-kassetter med public service är inte lika inkomstbringande. Begagnade medier värderas med andra ord olika – både ekonomiskt, kulturellt och institutionellt. Noterbart är att alla böcker som säljs i Sverige för över 100 000 kronor därför måste godkännas av KB. De utgör så kallade utförelärenden och handlar om att förebygga illegal utförelse av kulturföremål, det vill säga att vårda och bevaka landets bokarv så att det inte förskingras.

Rönnells är ett av Nordens äldsta antikvariat och öppnade redan 1929. Alltsedan Gutenberg har det bedrivits handel med gamla böcker, men i modern mening kom antikvariatsbokhandeln till Sverige först under slutet av 1800-talet. Följer man NE sägs ett antikvariat vara en ”bokhandel som bedriver handel med bland annat äldre, sällsynta böcker, men även med nyare, utsålda eller begagnade böcker samt manuskript, brev och kartor”. Sällsynta och begagnade böcker utgör här uppenbarligen olika kategorier – även inom antikvariatsbranschen finns således hierarkier. På *Wikipedia* kan man vidare läsa att en stor del av försäljningen från antikvariat i dag sker via internet, och ”den mest omfattande sökmotorn för nordiska antikvariat är Antikvariat.net”.¹⁵ Att digital teknik under de senaste femton åren förändrat sätten att distribuera medier är ingen nyhet. Det gäller också försäljningen av äldre, begagnade böcker. Om

1900-talet var medieproducenternas århundrade framstår det nya seklet som mediedistributörernas glansperiod.

Men frågan är om Rönnells framöver tänker sig att börja sälja också gamla e-böcker. Om svaret är ja, hur skulle det i sådana fall gå till? Skulle ronells.se etableras som e-antikvariat, och vad skulle dessa äldre e-böcker då kosta? Frågorna kan förefalla aparta, och är det också i viss mån. I digital form finns strängt taget inga begagnade medier – bara kopior. Filer kan förstås bli gamla, oläsliga och korrupta. Men då upphör de i regel att fungera. Datakod skiljer sig nämligen från andra medieformer; kod har ingen mening – bara funktion. Kod har egentligen bara en enda uppgift: det som utförs. Översätter man frågeställningen till en arkiv- eller bibliotekskontext är frågan om digitalt begagnade medier än mer problematisk. För som Karl-Erik Tallmo påpekade redan 1994 i en artikelserie om digitala lagringstekniker så kan den digitala glömskan vara absolut. En fysisk bok som blivit förlagd på ett nationalbibliotek hittas alltid av någon – kanske inte imorgon, men väl inom femtio eller hundra år. Men ”en bortglömd elektronisk bok i ett otydligt tekniskt format snubblar man inte över”.¹⁶ Den är borta för alltid.

Samtidigt är frågan om Rönnells framöver tänker sig att börja sälja gamla e-böcker högst rimlig att ställa, eftersom bokbranschen sedan mer än ett decennium är helt digital. Alla böcker i dag är ett slags postdigitala objekt i den meningen att samtliga först är filer – vilket naturligtvis gäller (i princip) alla medier – och sedan tryckta böcker. Av den anledningen ligger bland annat Amazon och Apple för närvarande i startgroparna för att bygga upp en teknisk infrastruktur som tillåter en legal andrahandsmarknad för digitala medier.

Digital second hand

Sensommaren 2008 publicerade Andres Lokko en krönika i *Svenska Dagbladet*, ”Internet är allas vår skivsamling”. På typiskt Lokko-manér inleds den med att han återberättade en personlig historia: ”Jag gick till min lokala skivbörs med min laptop och undrade om de var intresserade av att köpa en del begagnade MP3:or som jag hade köpt från iTunes och nu hade tröttnat på. De två männen i flanellskjortor stirrade glosögt på mig som vore jag en dåre.”

Om historien är sann försökte Lokko alltså att sälja några begagnade musikfiler från sin hårddisk. Han verkar inte ha lyckats, och framhöll att

bristen på andrahandsvärde för inhandlad digital musik var en trist aspekt av den pågående diskussionen om musikindustrins död. Syftet med krönikan var emellertid att lyfta fram anledningen till denna förändring, att internet hade börjat ta över som ”allas vår gemensamma skivsamling”. Lokko erkände villigt att han faktiskt inte längre lyssnade ”på MP3:or av nedladdad musik, illegal eller ej”. Det var inte längre nödvändigt, det räckte med att klicka efter låten på internet. Det fanns därför inte längre behov av ”något personligt sammanställt bibliotek”, för någon annan hade alltid lagt upp låtar man gillade på YouTube eller så strömmades de från artistens hemsida. ”Den ständiga uppkopplingen har gjort själva ägandet av en specifik låt irrelevant. Den ligger alltid där ute och skvalpar någonstans.”¹⁷

Lokkos krönika inbjuder till två mediehistoriska observationer i närtid. Dels handlade den om det förändrade mediebeteende där nedladdning och lagring av mp3-filer bytts mot lyssnande på strömmande musik. Dels innebar denna förändring att lagrade filer på den egna hårddisken snabbt tappade i värde eftersom de fanns tillgängliga på annat håll *online*. Lokkos lite putslustiga historia om hur han försökte sälja några gamla iTunes-låtar har därför större implikationer än vad han då kanske anände. Det vill säga, den gradvisa framväxten av en e-andrahandsmarknad kring begagnade medier/filer som konsekvens av övergången mot strömmande medieformat.

I en tid när alltmer av den samtida mediekonsumtionen flyttar till det omtalade molnet har den här frågeställningen blivit än mer central. Uppkomst, idéer och teknik kring lansering av en e-andrahandsmarknad har bland annat haft som syfte att säkra, eller åtminstone försöka bibehålla det ekonomiska *värdet* av det enskilt nedladdade och lagrade exemplaret. Det är nämligen ett värde som snabbt raderas, ja närmast raderas i en strömmande mediekontext. Ersättning per spelad låt i exempelvis strömmande musikmedier ligger ofta så lågt som mellan ett till fem öre. Jämför man med att kostnaden för att köpa och ladda ned en musikfil via iTunes Store är 12 kronor, så inser man vilken ekonomisk skillnad och försäljningsdiskrepans det handlar om – en låt måste inte sällan strömmas mer än tusen gånger för att bli ekonomiskt jämförbar med ett sålt låtexemplar. Återanvända i strömmande form kostar begagnade filer helt enkelt en bråkdel av vad de gör i nedladdningsbara format.

Visserligen kan alla strömmande medier göras nedladdningsbara (med tillräcklig digital koll), men skapandet av en andrahandsmarknad för

begagnade filer är tekniskt-ekonomiskt komplicerad också på andra sätt. Bland annat innebär det att filer måste bli närmast antidigitala, det vill säga inte kopierbara som vanliga filer – för då börjar de likna strömmande medier och tappar igen i värde. Av den anledningen är försäljning av begagnade filer förknippad med en längre webbhistorik kring olika – och skiftande – sätt att begränsa, eller åtminstone kontrollera spridning av digitalt innehåll. Främst har det handlat om sätt att förhindra olovlig och illegal fildelning genom så kallade DRM-system (Digital Rights Management). DRM är en samlingsbeteckning för ett flertal olika tekniker som har (och haft) som syfte att kontrollera spridning och användning av digitalt material. ”Förespråkarna hävdar att systemen är nödvändiga för att säkra upphovsmännens integritet och inkomster, kritiker menar att de begränsar användares rättigheter”, inte minst eftersom de senare (ofta) på legala sätt införskaffat produkterna i fråga.¹⁸

Redan i den omtalade amerikanska Digital Millennium Copyright Act från 1998 förbjöds programvara som kunde eliminera DRM – med sinistra konsekvenser för mediebranschen. Det har ofta hävdats att DRM tar år och miljontals dollar att utveckla. Bara för att hackas på några minuter. DRM-systemens mediehistoria är därför en berättelse om ett slags ständig katt-och-råtta-lek mellan mediebransch och hackers. I princip har alla skydd som implementerats underminerats. Eftersom DRM består av kod, som alltid är mer eller mindre digitalt porös, kan den (på ett eller annat sätt) alltid kringgåas av annan programvara. Håller man sig till musik finns på opensource.com en illustrativ artikel i ämnet, ”The DRM graveyard: A brief history of digital rights management in music”, där de flesta äldre tekniker som införts – och hackats, eller snarare *crackats* – är omnämnda.¹⁹

Företaget Apple är centralt i sammanhanget eftersom man genom sin iTunes Store redan 2003 skaffade sig kontroll över den globalt digitala musikmarknaden. Med programvaran FairPlay – ett minst sagt dubiöst namn i sammanhanget – skapade Apple emellertid en rad restriktioner kring umgänget med legalt införskaffad musik: den kunde bara lyssnas på tre olika datorer (vilket senare utökades till fem), det var till en början bara tillåtet att göra tio kopior av låtlistor (vilket senare minskades till sju) etcetera. Tekniken byggde, i korthet, på att en krypteringsfil utgjorde en del av själva musikfilen, vilka hackers förstas snart lyckades (åter)separera från varandra. Även Apple insåg att restriktionerna begränsade mer än de tillförde, men musikbranschen höll länge fast vid att skydd var nöd-

vändiga. I början av 2007 postade Apples vd Steve Jobs ett öppet brev, ”Thoughts on music”, i vilken han frankt påtalade att DRM aldrig fungerat – ”and may never work, to halt music piracy.”²⁰

Det var det huvudsakliga skälet till att Apple 2009 lyckades övertyga musikbranschen att sälja musik genom iTunes utan kopieringsskydd. Spärrar och restriktioner fanns dock kvar för andra medieformer, och tankegången kring digitala mediers inkodade begränsningar är fortsatt högst levande. I relation till en andrahandsmarknad för begagnade medier är det intressanta med historierna kring FairPlay, Jobs öppna brev etcetera att principen kring digitala restriktioner fortsatt är stark hos Apple. Genom det så kallade Apple-ID, som man numera behöver för att köpa medier på iTunes Store, kan man till exempel i dag bara auktorisera fem datorer där det inköpta innehållet kan spelas upp. Eftersom vi i en digital miljö är vana att flytta filer hit och dit skapar detta ständiga problem – vilket många säkert är bekanta med. Det är dock själva poängen med alla kopieringsskydd; digital friktion måste till för att förhindra sömlös funktionalitet.

Samtidigt har många påpekat att den här typen av digitala restriktioner är oförenliga med hur en fri marknadsekonomi fungerar. Om jag på legal väg inhandlat en produkt så äger jag den och är, enligt äganderätten, fri att göra vad jag vill med den. Det gäller för min bil – och borde också gälla för de digitala medier jag köper. Jag kan sälja min bil, och borde förstås också kunna sälja mina gamla musikfiler om jag så önskar. Äganderätt är en grundläggande juridisk rättighet, vilken ställs på huvudet om olika restriktioner ständigt kringskar den – i synnerhet om de är inkodade i själva innehållet. Det är kring sådana frågeställningar som etableringen av en legal andrahandsmarknad för digitala medier stött på patrull. I teorin har det handlat om en sorts digitalt omstöpande av mediefiler till unika, och därigenom försäljningsbara objekt – inte bara en gång utan flera. Problemet är då att de underminerar marknadens behov av brist som prisreglerande mekanism; i stället hotar överflöd då varje fil potentiellt kan kopieras/säljas hur många gånger som helst. Begagnade digitala medier upphäver helt enkelt traditionell marknadslogik.

Det är en handling som ser ut som en tanke att samma år som Apple tog bort sina kopieringsskydd på musik, sökte Amazon patent för en teknik med syfte att etablera en kontrollerad elektronisk marknadsplats kring återförsäljning av e-böcker, ljud, video och dataprogram. Patentansökan, ”Secondary market for digital objects”, lämnades in 2009 – men

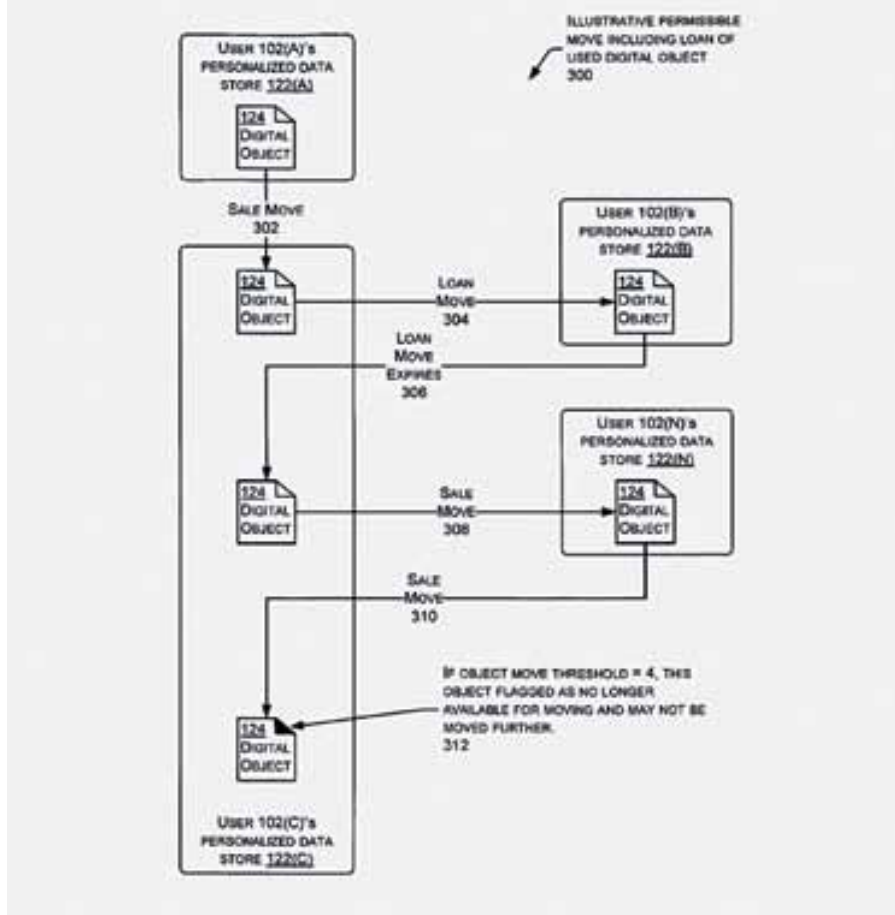


Illustration ur Amazons beviljade patentansökan från 2013, med syfte att etablera en andrahandsmarknad för digitala objekt.

beviljades först i januari 2013. På patentprosa beskriver den emellertid grundproblematiken på ett pedagogiskt sätt:

När användningen av digitala objekt ökar, kan användare tänkas vilja överföra digitala objekt till andra användare. Sådana överföringar kan inkludera försäljning, hyra, gåva, lån, handel etcetera. Det uppstår dock flera problem när man överför digitala objekt. Medan ett fysiskt objekt som en kopia av en pocketbok bara finns på ett ställe i taget, kan enkla och billiga kopior av ett digitalt objekt göras utan förlust av exakthet [loss of fidelity]. Därför är kopiering och upprepade försäljning av samma digitala objekt möjligt, vilket eliminerar brist [scarcity] av det digitala objektet [---] En andrahandsmarknad som tillåter användare att på ett effektivt och tillåtande sätt överföra "använda" digitala objekt till andra, samtidigt som brist

upprätthålls är därför önskvärd. Ett ”använt” digitalt objekt är ett objekt till vilket en användare har legitim tillgång eller äganderätt [access rights], och för vilket användaren kan överlåta denna nyttjanderätt till andra.²¹

Även Apple har sökt patent för snarlik teknik, ”Managing access to digital content items”, vilken beviljades strax efter Amazons ansökan 2013. Från Apples sida förefaller det dock mest handla om hur ett använt och överfört digitalt objekt, det vill säga en begagnad fil, inte ska kunna återanvändas av användaren som sålt filen ifråga. Principen är densamma som med DRM-skydd, det vill säga att data lagras inherent i den begagnade filen som ”fastställer vilken användare som för närvarande har tillgång till det digitala objektet”.²²

Både Amazons och Apples tanke – och affärsidé – med den här typen av digital second hand är att ta ut en mindre avgift på de bytestransaktioner som utförs. En infrastruktur måste till, som om den konstrueras sinnrikt och användarvänligt har potential att bli profitabel. App Store har exempelvis varit otroligt lönsam där 30 procent av all försäljning tillfaller Apple, trots att man enbart tillhandahåller själva plattformen där handelsutbytet sker (samt förhandsgranskning av appar). Andra företag har därför inte varit sena att haka på denna trend. Mest omtalat har bolaget ReDigi varit, med konceptet att låta användare legalt sälja och köpa begagnade musikfiler av varandra genom molnteknologi snarare än DRM-teknik (och där ReDigi på snarlikt manér tar ut en mindre avgift på varje transaktion). Uppenbarligen var idén bakom ReDigi till en början att hitta en molnbaserad lösning där användare legalt kunde *donera* sina begagnade mediefiler som de inte längre hade användning för. Läser man på företagssajtens FAQ framgår att ReDigi ägnar sig åt ”recycled digital media”, om så i form av musik, mjukvara, e-böcker eller ljudböcker – ”we’re sort of like your favorite used record store, but for digital music files.”²³ ReDigi är framför allt att betrakta som en molnbaserad handelsplattform; företaget köper inte själv begagnade digital musik från användare. Snarare är ReDigi ett system som gör det möjligt för användare att via molnet inte bara dela, utan också köpa och sälja begagnat digital medieinnehåll av varandra.

I takt med att konsumtionsbeteenden kring digitala medier förändras, där det i dag finns flera (och tydliga) tecken på att vi köper mer och mer kod, så är den här affärsutvecklingen helt logisk. Den innebär emellertid

ett konstant experimenterande med de juridiska ramverken kring legalt införskaffat e-material, i akt och mening att luckra upp och göra dem mindre strikta för att underlätta uppkomsten av nya marknader. Försäljning av begagnade digitala medier utgör i så måtto ett alternativ till både strömmande medier och den illegala fildelningen. Det är den positiva sidan av denna utveckling. Men där finns förstås även problem. Så har exempelvis ett litet start-up-företag som ReDigi inte betraktats med blida ögon av vare sig it- eller mediebranschen. Nätgiganter som Amazon och Apple vill naturligtvis själva behålla kontrollen över denna marknad. Sedan något år tillbaka pågår också en juridisk process där musikbolaget Capitol Records stämt ReDigi för olovligt upphovsrättsintrång, eftersom den senare agerar mellanhand (och tjänar pengar på) handeln av filer man inte äger immaterialrätten till.

I viss mån har det gjort att ReDigi hamnat i centrum för en pågående diskussion kring konsumenträttigheter i den digitala tidsåldern. Den har lite olika förtecken, där bland annat äganderätt, fri information och behovet av att etablera fungerande digitala marknader utgör variationer på samma tema. Amazons tanke med sin ”Secondary market for digital objects” är till exempel besläktad med de sätt som ägare av läsplattan Kindle (med ett abonnemang på Amazon Prime) i dag fritt kan låna e-böcker ur bolagets bibliotek med 500 000 e-böcker. Frågan kring försäljning av begagnade medier har såtillvida även bäring på den pågående tröta om e-lån som bibliotek och förlag i dag är inbegripna i. Just i USA har bibliotekssektorn fått backa; amerikanska lån av e-böcker har följaktligen utvecklats till en ganska bisarr verksamhet, där det ofta bara är möjligt att låna en e-bok åt gången – trots deras oändliga kopierbarhet. Men anledningen är förstås att det är omöjligt att bygga upp en fungerande e-boksmarknad om det samtidigt är lagligt sanktionerat att gratis låna exakt samma bokfiler två klick bort. På samma sätt oroar sig både förlags- och författarbranschen för vad legal digital second hand egentligen skulle innebära. Farhågorna är att begagnade e-böcker tämligen omgående skulle påverka försäljningen av nya e-böcker (vilket i USA är en betydande försäljningsframgång). ”Who would want to be the sucker who buys the book at full price when a week later everyone else can buy it for a penny?”, som författaren och ordföranden i den amerikanska författarföreningen, Scott Turow, drastiskt påpekat i en intervju.²⁴

Det är svårt att sia om exakt vilka prismekanismer som en fungerande e-andrahandsmarknad egentligen skulle innebära – förmodligen handlar

det om rejäl prispress. Situationen liknar därför den kring e-lån och bibliotek. Men begagnade filer riskerar förstås också på sikt att fullständigt underminera nedladdningsmarknaden av medier som både Amazon och Apple byggt upp sina digitala imperier kring. Här finns också betydande risker för så kallad kannibalisering i det att nya försäljningskanaler slår ut dem man redan tjänar på, som exempelvis den amerikanska försäljningen av e-böcker. Men här finns också en (viss) ekonomisk potential för de allra största nätjättarna så länge de själva behåller kontrollen över den infrastruktur som används.

Avslutning

Ungefär samtidigt som år 2013 globalt hyllades som "the year of the stream" – det vill säga, året då all mediekonsumtion blev strömmande och utbudet hävdades vara "permanently unfinished"²⁵ – skickade Apple ut en pressrelease: "Beyoncé Shatters iTunes Store Records With 828,773 Albums Sold in Just Three Days". Med fler än 800 000 inköpta digitala exemplar av Beyoncé självbetitlade album *Beyoncé* slog hon på tre dagar försäljningsrekord – och det i slutet av 2013, det år då strömmande medier (enligt många bedömare) redan tagit över.

Det är nu alltså inte fallet. Inköp och nedladdning av musik är fortsatt mycket populärt, det får man inte glömma bort i sammanhanget. Nedladdningsbara och strömmande medier existerar snarare i dag parallellt. Under 2013 köptes och laddades det exempelvis ned mer än en miljard låtar i USA; att tro att strömmande medier ersatt nedladdningsmarknaden är därför att missta sig. Ändå finns det goda skäl att läsa Apples pressmeddelande som en oblyg och offensiv pr-inlaga i kampen om lyssnarna, där bolaget naturligtvis är synnerligen medvetet om att iTunes position som världens ledande musikaffär är hotad. Bland annat framgick i pressmeddelandet att all musik på iTunes Store levereras i formatet "iTunes Plus®, Apple's DRM-free format", det vill säga musiken är fritt kopierbar.²⁶

Även om nedladdning och inköp av nya och äldre mediefiler är fortsatt populärt, pekar det mesta på att den framtida digitala utvecklingen rör sig åt ett enda håll. I dag är det både en kulturell trend och en finansiell tendens, att strömmande prenumerationer på medier som musik och rörlig bild blir alltmer populära på bekostnad av singulära inköp. Nedladdningsfrekvens av enskilda medieexemplar minskar faktiskt lika stadigt som ständigt – inte i snabb takt, men gradvis och obönhörligt. Ett för-

ändrat konsumtionsbeteende i fråga om medier har gradvis tagit form och etablerats där nedladdning av mediefiler alltmer kompletteras, och ibland rentav ersätts av strömmande medieformat. Spotify har i dag sex miljoner betalande abonnenter (även om företaget trots det fortsatt totalt går med förlust) och Netflix snart 40 miljoner betalande användare.

Denna förändring är emellertid ingen nyhet. Förskjutningen påbörjades egentligen ungefär då Andres Lokko publicerade sin krönika sommaren 2008 – då Spotify också låg i startgroparna. Givet att denna förändring i mediekonsumtion varit på gång under en längre tid, kan man därför fråga sig om de satsningar som ReDigi, Amazon eller Apple ägnat sig åt för att skapa en andrahandsmarknad för digitala mediefiler verkligen har framtiden för sig. Det framstår nämligen som något av en paradox att försöka bygga upp en infrastruktur för digital second hand, för vad strömmande medier gör är de facto att effektivt underminera denna. Och det i kraft av att accentuera de digitala mediernas arkivariska dimension, det vill säga att alla digitala medier i dag samtidigt – och på samma gång – också är begagnade medier.

Frågan är dock synnerligen komplex och innefattar även digitala mediers (im)materialitet i relation till ett ständigt närvarande moln. Ett annat sätt att se på saken är att betrakta det samtida medieutbudet som en tjänst, vilken kan fyllas med i princip vilket innehåll som än önskas. Det vill säga: varför ska man köpa och äga en mediefil – begagnad eller inte – som man ser, lyssnar på, eller läser på en apparat som alltid är uppkopplad till nätet, eftersom man då lika gärna kan prenumerera på filen (snarare än att äga den) om man önskar att använda den? Musikbranschen har kommit längst i den här utvecklingen, men rörlig bild med Netflix i täten är inte långt efter. Jämför man i dag hur alltfler medier konsumeras i strömmande form så finns det allt färre incitament att äga innehåll som ändå alltid är tillgängligt. Bättre då att köpa sig ständig access till ett svällande arkiv av nya och begagnade medier. Trenden kring strömmande medier med förändrade konsumtionsbeteenden utgör i så måtto en rörelse bort från alla former av inköp och nedladdning av enskilda exemplar – och det gäller både nya och äldre medier – mot abonnemang och prenumerationsavgifter.

Och samtidigt, om man nu tillåter sig att turnera detta digitala problemkomplex ett allra sista varv, så infinner sig också frågan, att bara för att medier numera är digitala så behöver det inte med nödvändighet innebära att de *alltid* ska konsumeras på samma sätt. Tvärtom finns det

mycket som talar för att digitalt mediebruk passar vissa medieformer bättre än andra. Exempelvis musik som man i regel lyssnar på långt fler gånger än vad man läser en e-bok – och som man då möjligen önskar att äga som fil, vare sig den är begagnad eller inte.

Noter

1. Se exempelvis ”Sammanfattning av regeringens proposition Tid för kultur, 2009/10:3” – <http://www.regeringen.se/content/1/c6/13/21/02/0ac2f3be3.pdf> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
2. ”Kulturpolitisk proposition 1996/97:3” – http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Forslag/Propositioner-och-skrivelser/prop-1996973-KulturpolitikPr_GK033/?text=true (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
3. Se *Läsandets kultur* SOU 2012:65 – <http://www.regeringen.se/sb/d/15600/a/200257> (senast kontrollerad den 20 mars 2014) – citat från sidan 41.
4. Daniel Sandström, ”Skillnad på pris och värde”, *Svenska Dagbladet* 17/3 2013.
5. Se exempelvis min artikel, ”Information overload”, *Information som problem: Medieanalytiska texter från medeltid till framtid*, red. Otfried Czaika, Jonas Nordin & Pelle Snickars (Lund: Lunds universitet, 2014).
6. Spotifys slogan hittar man på spotify.com, och den eleganta Smiths-sajten – som är synkad med Spotifys enorma *back-catalogue* – återfinns på <http://www.officialsmiths.co.uk/> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
7. Daniel Sandström, ”Östergren gräver litterära gångar till ett dolt Sverige”, *Svenska Dagbladet* 2/3 2014.
8. Johan Jarlbrink, ”Tidningen som läsning, papper och skräp”, *Läsning: RJ:s årsbok 2013/14*, red. Jenny Björkman & Björn Fjæstad (Stockholm: Makadam förlag, 2013).
9. Leah Price, *How to do things with books in Victorian Britain* (Princeton: Princeton University Press, 2012).
10. För en diskussion, se Ellen Gruber Garvey, *Writing with scissors* (Oxford: Oxford University Press, 2013).
11. Jonathan Sterne, ”Out with the trash: On the future of new media”, *Residual media*, red. Charles R. Acland (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007).
12. Se, *The story of storage*, red. Lars Björk, Jānis Krēslīš & Matts Lindström (Stockholm: Kungliga biblioteket, 2010). För andra böcker och artiklar som tematiserat det digitala medieutbudets tekniska villkor, klicka runt på min hemsida – pellesnickars.se – där ett flertal texter behandlar den sortens frågeställningar.
13. Jay David Bolter & Richard Grusin, *Remediation: Understanding new media* (Cambridge Mass.: MIT Press, 2000), samt Walter Benjamin, ”Konstverket i reproduktionsåldern” (1935/36), *Bild och dialektik* (Stockholm: Symposion, 1991).

14. För mer information om Rönnells antikvariat, se – <http://ronnells.se/> eller http://sv.wikipedia.org/wiki/R%C3%B6nnells_Antikvariat (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
15. ”Antikvariat”, uppslagsord på *NE* och *Wikipedia* – <http://www.ne.se/antikvariat> samt <http://sv.wikipedia.org/wiki/Antikvariat> (senast kontrollerade den 20 mars 2014).
16. Karl-Erik Tallmo, ”Blir framtidens arkeolog en hacker”, *Svenska Dagbladet* 19/1 1994 – numera tillgänglig på <http://www.nisus.se/archive/940119.html> (senast kontrollerad den 20 mars 2012).
17. Andres Lokko, ”Internet är allas vår skivsamling”, *Svenska Dagbladet* 15/8 2008.
18. ”Digital Rights Management”, uppslagsord på Wikipedia – http://sv.wikipedia.org/wiki/Digital_Rights_Management (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
19. Ruth Suehle, ”The DRM graveyard: A brief history of digital rights management in music” 3/11 2011 – <http://opensource.com/life/11/11/drm-graveyard-brief-history-digital-rights-management-music> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
20. Steve Jobs, ”Thoughts on Music” 6/2 2007 – <http://web.archive.org/web/20080517114107/http://www.apple.com/hotnews/thoughtsonmusic> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
21. ”Secondary Market For Digital Objects” Patent No.: US 8,364,595 B1 Date of Patent: Jan. 29, 2013 Inventor: Erich Ringewald, Amazon Technologies, Inc. – <http://kanda-ip.jp/wp-content/uploads/2014/02/US8364595.pdf> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
22. ”Managing Access to Digital Content Items” United States Patent Application 20130060616 A1 March 7, 2013 Eliza C.; (San Francisco, CA) Van Os; Marcel; (San Francisco, CA) Apple, Inc. – <http://www.google.com/patents/US20130060615> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
23. Se <https://www.redigi.com/site/> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
24. Författaren Scott Turow citeras från David Streitfelds artikel i ämnet, ”Imagining a Swap Meet for E-Books and Music”, *New York Times* 7/3 2013 – http://www.nytimes.com/2013/03/08/technology/revolution-in-the-resale-of-digital-books-and-music.html?pagewanted=all&_r=0 (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
25. Alexis C. Madrigal, ”2013: The Year 'the Stream' Crested” *The Atlantic* 12/12 2013 – <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/12/2013-the-year-the-stream-crested/282202/> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).
26. ”Beyoncé Shatters iTunes Store Records With 828,773 Albums Sold in Just Three Days” Apple PR-release 16/12 2013 – <http://www.apple.com/pr/library/2013/12/16BEYONC-Shatters-iTunes-Store-Records-With-Over-828-773-Albums-Sold-in-Just-Three-Days.html?sr=hotnews.rss> (senast kontrollerad den 20 mars 2014).

