



Remiksens retrett?

Plattformreguleringens innvirkning på mashup-musikk

The Retreat of the Remix?

The Impact of Platforms' Detection Procedures on Mashups

Ragnhild Brøvig-Hanssen

Førsteamanuensis, RITMO og Institutt for musikkvitenskap, Universitetet i Oslo

ragnhild.brovig-hanssen@imv.uio.no

Ellis Jones

Postdoktor, RITMO og Institutt for musikkvitenskap, Universitetet i Oslo

e.n.jones@imv.uio.no

Sammendrag

Mange av dagens internettplattformer bruker automatiske og algoritmiske verktøy for å gjenkjenne og moderere uønsket innhold, inkludert det som blir ansett for å krenke opphavsretten. Denne artikkelen undersøker hvordan slike gjenkjenningsprosedyrer påvirker mashup-musikk – en form for remiks som baserer seg på å kombinere (uautoriserte) utdrag av tidligere, gjenkjennelige musikkinnspillinger. På bakgrunn av intervjuer (n = 30) og en spørreundersøkelse (n = 92) med mashup-produsenter, viser vi at disse gjenkjenningsprosedyrene påvirker produsentenes kreative beslutninger og distribusjonsstrategier, og at de har en betydelig, negativ innvirkning på produsentenes generelle motivasjon for å lage mashup-musikk. Produsentenes innvendinger mot denne situasjonen vinner en viss gjenklang i de juridiske unntakene fra opphavsretten. Vi argumenterer imidlertid for at disse unntakene, som utgjør en juridisk «gråson», ikke er lagt tilstrekkelig til rette for av plattformene. Plattformenes politisk-økonomiske makt gjør det dermed mulig for dem å «okkupere» og kontrollere denne gråsonen. Som en konsekvens er den praktiske anvendelsen av opphavsrettens unntak i denne settingen betydelig redusert.

Nøkkelord

internettplattformer, content ID, opphavsrett, remiks

Abstract

Many online media platforms today (such as YouTube, Facebook and SoundCloud) utilize automated and algorithmically driven tools in order to detect and moderate unwelcome content, including that which is seen as copyright infringement containing copyrighted material. This article explores the impact of such detection procedures on mashup music – a form of remix that relies on the (mostly unauthorized) combining of pre-existing, recognizable musical recordings. Drawing on interviews (n=30) and an online survey (n=92) with mashup producers, we show that these detection procedures affect these producers' creative decisions (editing music to avoid detection) and distribution strategies (aiming to safeguard and «hide» tracks), and also have a strong, negative impact on their overall motivation to create mashups. Producers hold ethical objections to this state of affairs – perspectives on why their use of copyrighted material is fair – and these often find some resonance in current copyright exceptions. However, we argue that these exceptions, which form a legal «grey zone», are currently unsatisfactorily implemented by platforms. Platforms' political-economic power allows them, in effect, to «occupy» and control this legal grey zone. This article concludes that online platforms' implementation of automated detection tools has significantly reduced the practical efficacy of copyright law's exceptions.

Keywords

mashups, copyright, DSM Article 17, content ID, fair use, remix, sampling, YouTube

Mashup-musikk har ofte blitt omtalt som et eksempel på den såkalte «deltakerkulturen» (Jenkins, 2006) som mange forventet at internett skulle fremme.¹ Det er en musikkform som primært baserer seg på å kombinere «sampler» (lydutsnitt) fra eksisterende musikkinnspillinger, og som sådan er musikken del av en mye bredere «remikkultur». Disse samplene er som regel uautoriserede, og dette plasserer mashup-musikk i en juridisk gråsoner. Rundt årtusenskiftet ble internetts rolle i å bringe mashup-musikk til et større publikum ansett som et tegn på et større skifte som ville redusere den kommersielle og kulturelle makten til den tradisjonelle mediebransjen (som større plateselskaper og forlag), delvis ved å begrense den opphavsrettslige reguleringen. Mashup-musikk er fremdeles et populært fenomen i dag, men dagens internett er noe helt annet enn hva det var på starten av 2000-tallet. Toleransen for bruk av opphavsrettsbeskyttet materiale har minnet, og i løpet av de senere årene har de dominerende distribusjonsplattformene utviklet og implementert automatiske og algoritmiske verktøy for blant annet å gjenkjenne bruk av opphavsrettsbeskyttet materiale (den mest velkjente er YouTube's «Content ID»). Disse verktøyene skanner millioner av opplastninger hver dag, og hvis det oppdages at det er brukt opphavsrettsbeskyttet materiale, kan innholdet blir blokkert eller fjernet, ofte uten at det er gjort en menneskelig vurdering av om bruken faktisk krenker opphavsretten.

Denne artikkelen undersøker hvordan internettplattformers gjenkjenningsprosedyrer påvirker mashup-musikk, med særlig fokus på automatiske og algoritmebaserte gjenkjenningsverktøy.² Vår nylig gjennomførte empiriske forskning, som inkluderer tretti semistrukturerte intervjuer og en omfattende spørreundersøkelse med mashup-produsenter (n = 92), konkluderer med at dagens gjenkjenningsprosedyrer har en kvelende effekt på mashup-musikken ved at produsentene opplever at et høyt antall mashup-låter blir blokkert eller fjernet. Vi rapporterer om betydelig innvirkning på følgende tre områder: på hvor og hvordan mashup-produsenter distribuerer musikken sin, på musikken i seg selv og på produsentenes motivasjon for å skape denne musikken.

Våre hovedfunn er i samsvar med tidligere forskning som understreker at opphavsrettsregulering kan ha store implikasjoner for kreativ utfoldelse (Aufderheide, Milosvic & Bello, 2016). Vi fornyer denne problematikken ved å se den i sammenheng med internettplattformers gjenkjenningsprosedyrer og tar dermed i betraktning hvilken rolle internettplattformer spiller når det gjelder hvordan opphavsrettens unntak blir operasjonalisert. Vi argumenterer for at plattformene «okkuperer» åndsverklovens gråsoner når de bruker automatiske gjenkjenningsverktøy, og at de tar beslutninger som tilsidesetter denne juridiske tvetydigheten. Formålet er økt driftseffektivitet og strategisk kommersiell posisjonering (først og fremst for mediebedriftene). Plattformenes implementering av automatiske gjenkjenningsverktøy har ført til at den praktiske anvendbarheten av opphavsrettens unntak har blitt redusert, og slik truer det måten gjenkjenningsverktøyene

-
1. Dette arbeidet ble delvis støttet av Norges forskningsråd gjennom RITMO, Senter for Fremragende Forskning (prosjektnummer 262762), og forskningsprosjektet MASHED (prosjektnummer 275441), ledet av Ragnhild Brøvig-Hanssen, ved Universitetet i Oslo. Vi vil takke Elisabeth Staksrud for å ha hjulpet oss med utformingen av spørreundersøkelsen, og Eirik Jakobsen, Oskar Holldorff og Ole Kristian Bekkevold for å ha transkribert intervjuene. Takk også til Øyvind Skjerdal som hjalp til med å oversette artikkelen fra engelsk til norsk, og til Yngvar Kjus, Hendrik S. Spilker og de anonyme fagfelleanmelderne for deres nyttige tilbakemeldinger. Vi takker også våre andre prosjektkolleger – Alan Hui, Irina Eidsvold-Tøien og Milos Novovic – for stimulerende diskusjoner. En stor takk rettes også til produsentene som vi intervjuet, og som deltok i vår spørreundersøkelse.
 2. Med «gjenkjenningsprosedyrer» sikter vi her til hele spekteret av verktøy og prosesser som plattformer bruker for å håndtere innhold som anvender opphavsrettsbeskyttet materiale, herunder automatiske og algoritmiske verktøy og prosedyrer, manuell håndtering og klageprosesser. Slike gjenkjenningsprosedyrer blir på engelsk også referert til med andre navn, som «notice-and-takedown procedures» (Zimmerman, 2014; Jacques, 2019), «filtering systems» (Meyers, 2009; Nunziato, 2014) og «content identification» (Hui, under utgivelse).

blir brukt på, remikskulturens kapasitet til å skape økt kulturell deltakelse og sosialt verdsette kunstuttrykk.

Vi gir først en kort innføring i mashup-scenen, historien rundt spenningsforholdet mellom opphavsrettsregulering og sampelbasert musikk, og utviklingen av internettplattformers gjenkjenningsprosedyrer. Deretter redegjør vi for metoden vår, før vi presenterer data fra intervjuene og spørreundersøkelsene våre, som viser hvilke konsekvenser slike gjenkjenningsprosedyrer har for mashup-produsentene, og hvilke taktikker mashup-produsentene tar i bruk for å motvirke og redusere disse konsekvensene. Vi rapporterer hvilke innvendinger produsentene selv har til dagens situasjon, og påpeker at disse overlapper betraktelig med relevante aspekter ved opphavsrettens unntak. Funnene våre vitner imidlertid om at internettplattformenes teknologiske (og økonomiske) handlekraft i praksis veier tyngre enn de juridiske unntakene fra opphavsretten, som har til hensikt å tillate enkelte former for uklart bruk, inkludert bestemte former for kunstnerisk appropriasjon (bearbeidet bruk av eksisterende materiale). Artikkelen bidrar dermed til den voksende litteraturen som belyser konsekvensene av den enorme makten plattformene har når det gjelder å overvåke, endre og fjerne innhold, og den sentrale rollen automatiske og algoritmiske reguleringsverktøy har når det gjelder å iverksette denne makten (Gillespie, 2018; Roberts, 2019).

Mashup-musikk, opphavsrettsregulering og plattformregulering

Mashup-musikk er en form for remiks som primært baserer seg på å sammenstille utdrag (sampler) fra allerede eksisterende musikkinnspillinger. Den eksponerer seg selvrefleksivt som en mashup via kontekstuelle ledetråder (som titler og kildelister) og innenfra (via, for eksempel, å sample fra velkjente låter og bevare deres gjenkjennelighet). Typiske mashup-varianter er såkalte «A+B-mashup», som kombinerer vokalspor fra én innspilling med en instrumentalversjon av en annen, og «megamix-mashup» som kombinerer kortere utdrag av både vokal- og instrumentalspor fra flere forskjellige innspillinger (Brøvig-Hanssen, 2016; Sinnreich, 2010).³ I likhet med de fleste andre brukergenererte remikser er mashup-musikk ofte audiovisuelle i den forstand at produsentene kombinerer musikkutdragene med utdrag fra musikkens tilhørende musikkvideoer. Mashup-musikk ble svært populær rundt tusenårsskiftet og dannet raskt en scene, først i Storbritannia og ikke lenge etter også i USA og resten av verden. I dag utgjør mashup-musikk en global musikkscene som har sitt hovedtilholdssted på internett, hvor en rekke mashup-videoer har millioner avspillingstall.

Kopiering av et åndsverk, inkludert musikk, uten tillatelse fra opphavsrettshaveren er i utgangspunktet et brudd på åndsverkloven, og som sådan utfordrer mashup-musikken åndsverklovens formål om å gi den som har opphavsrett til et åndsverk, eksklusive rettigheter til bruk og distribusjon av dette åndsverket. I flere land inneholder imidlertid opphavsretten også begrensninger og unntak, som retten til «fair use» (i USA) og retten til å parodierte (blant annet i EU), som skal balansere rettighetene til åndsverk med grunnleggende rettigheter til ytringsfrihet – sammen er disse rettighetene ment å fremme kulturell produksjon og mangfoldighet (Jacques, 2019). Flere forskere har hevdet at flere former for kreativ og transformativ bruk av sampler kan forsvares med henvisning til spesifikke unntak fra opphavsretten (se, for eksempel, Aufderheide & Jaszi, 2018; Lessig, 2008). Avgjørelsen

3. DeeMs «Wrecking People» er et eksempel på en A+B-mashup: Her er instrumentalversjonen av Village Peoples «YMCA» brukt til å akkompagnere vokalsporet av Miley Cyrus fra hennes «Wrecking ball». DJ Earworms «United States of Pop 2017» er et eksempel på en megamix-mashup, hvor mange mindre utdrag fra flere ulike poplåter er satt sammen til en collage, og hvor utdragene både overlapper og avløser hverandre.

vedrørende hvilken type bruk som oppfyller unntakene, avgjøres fra sak til sak, noe som gir rom for en viss fleksibilitet, men også usikkerhet; det har vært mye uenighet blant forskere, opphavsrettsinteressenter og juridiske instanser om hvordan disse unntakene fra opphavsretten bør tolkes i konkrete saker. Flere forskere har argumentert for at kommersielle interesser har utnyttet de vage juridiske rammene på en måte som skader kreative og kulturelt verdifulle kunstuttrykk (Frith & Marshall, 2004; Jacques, 2019; Sinnreich, 2013). På 1990-tallet gikk for eksempel hiphop-produsenter mer eller mindre bort fra å bruke sample, som tidligere hadde vært grunnleggende for musikken, etter at opphavsrettshavere begynte å kreve høyere summer for bruken av musikken deres, reise søksmål for brudd på åndsverkloven og insistere på høyere straff for overtredelser (Demers, 2006; McLeod & DiCola, 2011).

På begynnelsen av det 21. århundre, da mashup-musikken vokste frem, så det ut til at denne kontrollen ble svekket, ettersom internettplattformer gjorde det mulig for enkeltpersoner å laste opp og sirkulere innhold utenfor de tradisjonelle kulturindustriens infrastrukturer. Web 2.0 ble generelt hedret for å demokratisere kulturell deltakelse (Jenkins, 2006; Sinnreich, 2010) og for å tilby et tilsynelatende fristed fra kommersialisme og markedsdynamikker (Dijck, 2013). Dagens internettplattformer, som vokste frem i dette landskapet, belaget seg i starten på manuell gjenkjenning og overvåkning (van Dijck, 2013, s. 15). Etter økonomisk og juridisk press fra opphavsrettshavere og medieselskaper (Meyers, 2009) har mange plattformer nå implementert stadig mer robuste gjenkjenningsprosedyrer, der man ved hjelp av automatiske verktøy fanger opp og stanser sirkulasjon av innhold man mener krenker åndsverkloven. Automatiske gjenkjenningsverktøy, som kontinuerlig oppdateres, skanner en enorm mengde materiale og flagger det som anses å bryte plattformens brukervilkår. Disse verktøyene er programmert til å gjenkjenne lydduplikater av opphavsrettsbeskyttet materiale via teknologi for innholdsidentifikasjon (såkalte digitale fingeravtrykk). Når slik gjenkjenning skjer, tilbys opphavsrettshaveren ulike alternativer. YouTubes Content ID gir for eksempel opphavsrettshaveren valget mellom å ignorere bruken, å tjene penger på innholdet ved å knytte det til annonser («monetization»), å spore avspillingstallstatistikken eller å blokkere innholdet (såkalte «takedowns»). Opphavsrettshaveren kan også på eget initiativ be om at innhold blokkeres, og en slik egeninitiert forespørsel kan resultere i en såkalt «strike», der et gitt antall «strikes» (vanligvis tre, som på YouTube) fører til at kontoen blir suspendert og alt innholdet slettet (Google, i.d.-a).

Selv om slike automatiserte gjenkjenningsprosedyrer bidrar til å beskytte opphavsretts-haveres rettigheter, har de blitt kritisert for å klassifisere all bruk av uklarte sample som brudd på åndsverkloven og dermed ignorere opphavsrettens unntak, og for å tilby lite tilfredsstillende klageordninger (Jacques, 2019; Nunziato, 2014; Zimmerman, 2014). Et sentralt aspekt ved noen av disse gjenkjenningsprosedyrene er at opphavsrettshaveren også kan automatisere sin respons på verktøyenes varsling – det vil si at de, ifølge Google, «can set Content ID to block material from YouTube when a claim is made [or] can allow the video to remain live on YouTube with ads» (Google, i.d.-b). I så måte er det ikke bare gjenkjenningsprosessen som er automatisk, men også beslutningen om hvorvidt materialet er lovlig eller ulovlig.

Metode

Mashup-produsentene (n = 30) vi gjennomførte semistrukturerte intervjuer med i 2019, ble valgt dels i et forsøk på å favne et mangfold når det gjelder geografi, bakgrunn og alder, valg av distribusjonsplattform, mashup-stil, grad av popularitet samt nåværende engasjement

for mashup-musikk. De fleste intervjuene ble gjennomført via nettbaserte videosamtaler for å nå mashup-produsenter spredt over femten land (hovedsakelig europeiske land og USA), mens en tredjedel av intervjuene ble gjennomført ansikt til ansikt. Via informert samtykke fikk produsentene valget mellom å bli sitert anonymt eller med artistpseudonymet sitt (scenenavn eller produsentalias) – de aller fleste valgte det siste. Når vi kodet intervjutranskripsjonene, kombinerte vi våre forhåndsetablerte koder med noen uforutsette som vi kom frem til gjennom tematisk analyse av dataene.

Samme år gjennomførte vi også en spørreundersøkelse via nettskjema med 92 mashup-produsenter, hvor mangfoldet blant respondentene når det gjelder blant annet aldersspenn, anvendte internettplattformer, profesjonell erfaring og geografisk tilhørighet tyder på at undersøkelsen er ganske representativ for mashup-scenen. Respondentene ble rekruttert via sosiale medier (hovedsakelig Twitter), personlige henvendelser, mashup- og remiksnettfora og via jungeltelegraf. Spørreskjemaet inneholdt en blanding av åpne og lukkede, skalerte spørsmål, som vi analyserte via SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Svarene var anonyme, delvis på grunn av det europeiske regelverket for vern av personopplysninger.⁴

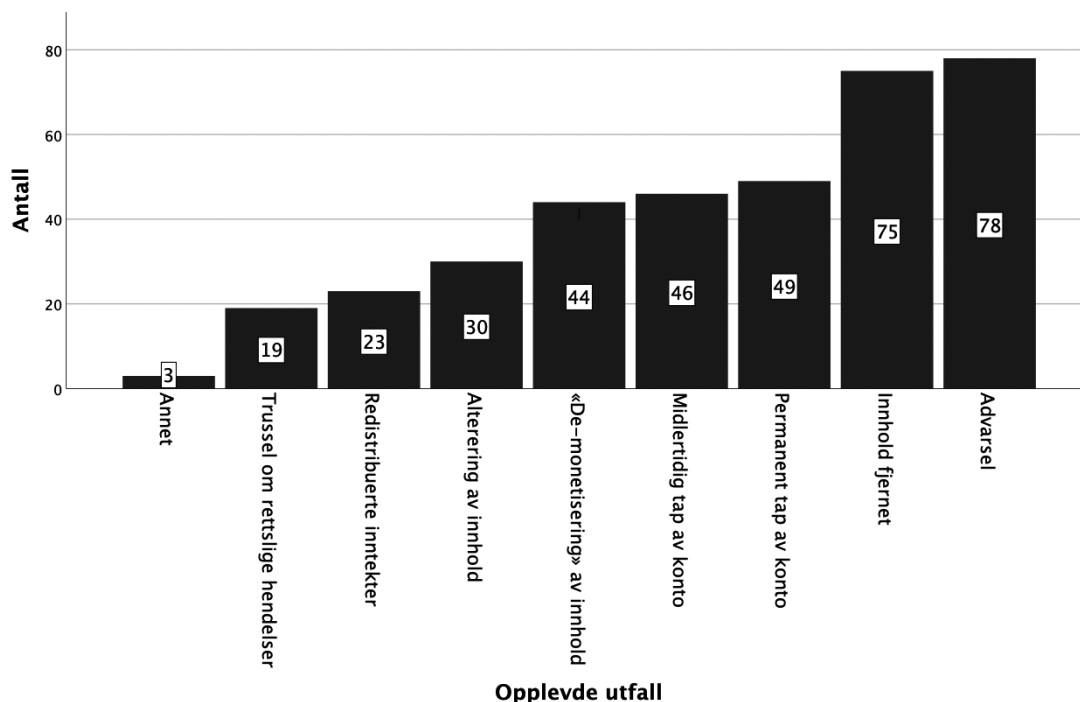
Siden vi kombinerte spørreundersøkelse og intervjumateriale – slik at vi fikk både kvantitative og kvalitative data – kan denne forskningen plasseres i feltet som kalles «mixed-methods research». I motsetning til mye annen forskning innenfor dette feltet har vår forskning imidlertid en «kvalitativ-tolkende» fremfor en «kvantitativ-eksperimentell» tilnærming (Howe, 2004), hvor vi legger vekt på intervjumaterialet og spørreundersøkelsens åpne svar når det gjelder dybdenivået av produsentenes opplevelser.

Mashup-produsentenes erfaringer med plattformers gjenkjenningsprosedyrer

Vårt empiriske materiale viser at mashup-produsentene konfronterer internettplattformers gjenkjenningsprosedyrer daglig. Nesten alle respondentene i spørreundersøkelsen – 96 % – hadde erfart at opphavsrettsbeskyttet materiale i mashup-låtene deres ble oppdaget. De fleste (82 %) av respondentene hadde opplevd at mashup-musikken deres ble fjernet fra plattformer, og halvparten (53 %) hadde fått kontoen sin permanent slettet som en direkte konsekvens av å ha lastet opp mashup-musikk (se Figur 1).⁵ Selv om plattformene som regel tilbyr klagemuligheter, hadde færre enn halvparten av respondentene (40 %) som hadde opplevd å få musikken fjernet eller blokkert, benyttet seg av denne muligheten. Intervjumaterialet vårt antyder at denne tilbakeholdenheten mot å klage ofte bunner i frykt for at det vil føre til at kontoen deres tiltrekker seg mer oppmerksomhet, og at konsekvensene blir enda mer alvorlige for dem (man risikerer for eksempel at ikke bare sporet fjernes, men hele kontoen).

4. Vår spørreundersøkelse og intervjumal er tilgjengelige på nettsiden til forskningsprosjektet MASHED, sammen med en mer detaljert beskrivelse av metoden vår: <https://www.uio.no/ritmo/english/projects/mashed/mashups-copyright/method/>

5. Mens Google har antydnet at 95 % av Content IDs gjenkjenningstreff har resultert i at opphavsrettshavere har valgt å gjøre innholdet inntektsgenererende heller enn å fjerne det (Google, 2018, s. 25), tyder mashup-produsentenes erfaringer på at de opplever et større antall tilfeller av fjerning av innhold. Dette kan indikere at opphavsrettshavere opptrer annerledes overfor remikser og mashup-musikk enn for uredigert bruk av opphavsrettsbeskyttet materiale.



Figur 1: Utfall av hvordan mashup-produsentene har opplevd gjenkjenningsprosedyrer⁶

Flere av dem vi intervjuet, sa at det hadde betydelig innvirkning på deres generelle motivasjon for å lage mashup-musikk å få sine mashup-låtere eller mashup-kontoer blokkert. Dessuten har plattformenes gjenkjenningsprosedyrer også en indirekte innvirkning på mashup-produsentene ved at de tar i bruk ulike metoder for å unngå gjenkjenning, noe som igjen har innvirkning på deres kreative valg og distribusjonsstrategier. Mange av disse metodene er, for å bruke Michel de Certeaus terminologi (1984), taktikker («tactics»), der man tar sikte på å motvirke og begrense effekten av de bredere «strategiene» som multinasjonale IKT- og musikk-selskaper bruker. Vi undersøker disse direkte og indirekte innvirkningene i de følgende tre avsnittene.

Innvirkning på produsentenes motivasjon

Spørreundersøkelsen vår viser tydelig at mashup-produsentene anser plattformenes gjenkjenningsprosedyrer som et hinder for sin mashup-aktivitet. Av produsentene som tok undersøkelsen, fortalte 56 % at plattformenes gjenkjenningsprosedyrer gjorde dem mindre motiverte til å lage mashup-musikk; bare 2 % mente at de førte til økt motivasjon. Dette funnet er særlig slående med tanke på at det å lage mashup-musikk tidvis har vært sett på som en rebelsk aktivitet og en form for motstandskultur (se McGranahan, 2010; Shiga, 2007), og man kunne derfor tenkt seg at slike bransjefremkalte hindre kunne representert en katalysator for aktiviteten. Det var også en sterk konsensus blant dem vi *intervjuet*, om at plattformenes gjenkjenningsprosedyrer har stor innvirkning på deres motivasjon. Som mashup-produsent CFLO forklarer:

6. Respondentene ble bedt om å velge alle utfall de har hatt erfaring med i forbindelse med mashup-musikk, og derfor er det totale antallet som fremkommer av figuren, høyere enn antallet respondenter. «Trussel om rettslige hendelser» refererer her til trusselen fra plattformer spesielt, og ikke fra opphavsrettslignende. «Demonetisering» («demonetization») er en prosess der inntekten fra reklame tilknyttet omstridt innhold blir suspendert, og er derfor forskjellig fra «monetisering», der inntekten blir omfordelt til opphavsrettslignende.

There's no real outlet ... So I make [mashups], but I don't put them out anywhere. If I do I give them directly to other DJs, but I don't put them where like you could find it. And that's only because I risk losing my account. Not that I'm worried about any legal repercussions, it's just the hassle... The [other mashup producers] that I know, everyone sort of stopped. I know guys who still make them, but no one posts them ... And I feel like it's sad that these algorithms have limited the platforms, have discouraged access to the artists.

En annen kilde til frustrasjon er at når musikken blir fjernet fra plattformen, er det ikke bare musikken som går tapt, men også avspillingstallene knyttet til musikken. Dersom kontoen blir slettet, vil man også miste alle følgerne sine, et tap det kan være vanskelig å gjenopprette. Flere av produsentene fortalte om plutselige tap av millioner av avspillinger og opptil femti tusen følgere. Tap av avspillinger og følgere kan være svært demotiverende, og det kan skje når som helst – selv mashup-låtere som har vært tilgjengelige på internett i flere år, kan forsvinne «over natten». DJ Schmolli svarte for eksempel følgende da han ble spurt i hvilken grad fjerning eller blokkering av mashup-musikk påvirker hans motivasjon til å produsere:

Usually not. But it affected my motivation [...] around like one and a half, two years ago, when I lost Facebook [i.e., when his page was removed]. But the motivation, I mean, that was like a couple of things that distracted me from producing mashups. And I even quit producing mashups one year ago, because I felt that, especially with social media, it was really getting hard to get your stuff [out].

Mashup-produsentenes frustrasjon er ikke bare et resultat av at mashup-låtene deres blir fjernet, men også av at det kan være vanskelig å forutse om (og hvordan) plattformregulering vil finne sted:

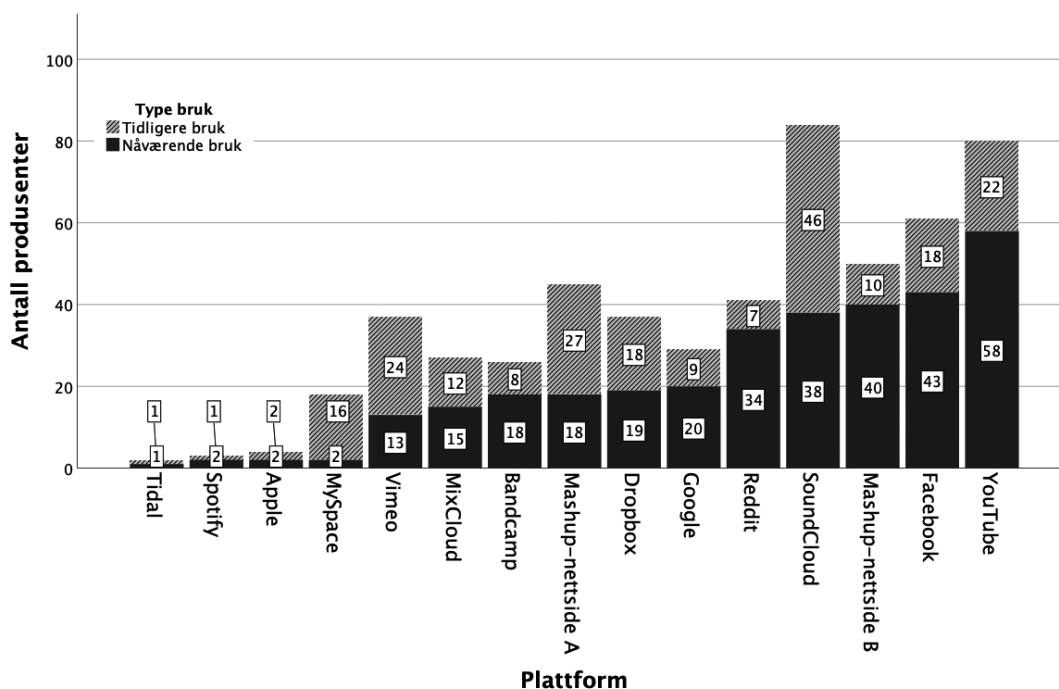
I have made attempts. I've tried pitching the whole song up or down, or whatever, and telling people that if they want the real version, they can download it at this link. I'm not sure if I've ever tried it, but I've seen other people add things to the beginning of the track or the video to try and throw off the detection. I think I have personally maybe tried pitching things, once. I think it still got taken down. And it's like, it just wasn't worth the effort. Going through all this effort trying to subvert this system to like ... Yeah, why bother? (TomBoatesEverybody)

Mashup-produsentene rapporterte at de bruker forskjellige taktikker for å omgå å bli gjenkjent og dermed redusere tap. Disse taktikkene inkluderer blant annet betydelige justeringer og endringer i mashup-produsenters kreative valg og distribusjonsstrategier, og disse må derfor også ses på som indirekte konsekvenser av plattformenes gjenkjenningprosedyrer.

Påvirkning på produsenters distribusjonsstrategier

Resultatene av spørreundersøkelsen vår indikerer at gjenkjenningprosedyrer har betydelig innvirkning på hvor produsenter distribuerer mashup-låtene sine (81 % av respondentene svarte at slike prosedyrer påvirker deres valg av distribusjonskanaler enten «somewhat» eller «to a great extent»). Adriana A oppsummerte: «There's literally almost no safe platform for mashups in 2019.» De fleste produsentene vi snakket med, virket enig i dette og ga uttrykk for at SoundCloud, YouTube, Vimeo, Facebook, Twitter og Instagram er «utrygge» plattformer for mashup-musikk. Produsentene var særlig frustrert over SoundCloud, som fra starten av ga sterk støtte til brukergenerert innhold, for deretter å slå hardt ned på bruk av opphavsrettsbeskyttet materiale (dette hadde sammenheng med at SoundCloud måtte

inngå samarbeid med større selskaper på grunn av økonomiske og juridiske utfordringer). SoundCloud har siden gjort flere konkrete forsøk på å forbedre relasjonen til «grasrot»-produsenter og DJ-er, men det dårlige omdømmet har vedvart; undersøkelsen vår viser at SoundCloud er den plattformen som har flest «tidligere brukere» i forhold til antallet «nåværende brukere» (se figur 2). HappyCatDisco beskrev SoundCloud som «really toxic». Mens YouTube også ble sett på som særlig tilbøyelig til å fjerne innhold, mente mange at på grunn av YouTube's unikt store publikum var det likevel verdt å prøve å laste opp mashup-musikk der. De markedsledende forbrukerorienterte musikkstrømmingsplattformene, som Spotify og Apple Music, ble generelt ansett som å ikke være et alternativ på grunn av deres særlig strenge opphavsretsregulering. I tillegg er opplasting av innhold ikke gratis på disse plattformene, i motsetning til produsentorienterte plattformer som SoundCloud.⁷



Figur 2: Mest populære plattformer blant nåværende og tidligere brukere.

Når de distribuerer mashup-musikken sin, tar produsentene ofte i bruk taktikker som tar sikte på å minimere potensielle tap. Et nevneverdig eksempel på dette er bruken av såkalte «testkontoer», hvor produsentene laster opp nytt materiale på en annen konto for å sjekke hvordan plattformens algoritme reagerer. Dermed reduserer de risikoen for at hovedkontoen deres får en «strike» (som kan medføre ytterligere tap av hardt tilkjempede følgere og avspillingsnummer). En lignende varsomhetstaktikk er å la hovedkontoen fungere som et knutepunkt som henviser følgere til alternative kontoer hvor det nye materialet lastes opp (dette er imidlertid kun et alternativ på plattformer som SoundCloud hvor dette tilbys). Noen produsenter laster også opp et kort utdrag av mashup-låtene sine, eller en manipulert versjon av dem, på hovedkontoen sin med en lenke til en annen plattform, der den unmanipulerte fullversjonen er lastet opp. På denne måten beholder de sine følgere og kan dele mashup-musikken sin med dem uten å risikere at hovedkontoen deres blir slettet.

7. Hesmondhalgh, Jones og Rauh (2019) skiller mellom «produsentorienterte» og «konsumentorienterte» musikkplattformer, der YouTube er et kompleks tilfelle som ikke passer helt inn i noen av disse kategoriene.

En annen taktikk for å minske tilfellene av blokkering er å bruke alternative plattformer. Det finnes flere nettfora og distribusjonsplattformer som i hovedsak er tiltenkt mashup-produsenter (de to største er vist i figur 2 under de anonymiserte navnene «mashup-nettside A» og «mashup-nettside B».⁸ Disse nettsidene har lignende funksjoner som velkjente plattformer – en av grunnleggerne av Mashup-nettside A beskrev den som en «SoundCloud-klon» – og gir mashup-produsentene større trygghet (selv om hele nettsiden fremdeles kan stå i fare for å bli fjernet). Til gjengjeld må produsentene akseptere et adskillig mindre publikum, som først og fremst består av deres mashup-kolleger; selv relativt populære spor på «SoundCloud-klon»-siden har et avspillingstall på kun noen få hundre, mens populære YouTube-mashup-videoer ofte har millioner avspillingstall. Muligheten til å spre innhold til et stort publikum (såkalt «spreadability»), noe som er et helt sentralt aspekt ved nettverksbaserte medieplattformer (boyd, 2013, s. 11), er betydelig begrenset på disse mashup-sentrerte nettsidene, slik DJ Poulpi forklarer:

The problem is that [the mashup-centric sites] don't ... there is an exposure problem with [the fact] that nobody comes there. Nobody cares. So, it's just like putting the tracks on my own website ... It's not going to grow by itself. I have to bring people to the site and the track. Not like SoundCloud, where there was a huge community and it could be shared by itself.

Produsentene bruker også alternative kanaler, som for eksempel radio og podkast, live-konserter på klubber eller musikkfestivaler og ukentlige nyhetsbrev til fans og kolleger med lenker til private mashup-videoer. På tross av disse kanalenes mer begrensede rekkevidde, er de av noen foretrukket på grunn av bryet de forbinder med internettplattformer.

Innvirkning på produsentenes kreative valg

Faglitteratur om «plattformiseringen» av kulturbransjene har vist at mange kulturelle uttrykk i økende grad er tilpasset plattformene (Nieborg & Poell, 2018) – de tar i bruk sann-tidstidsdata for å sørge for at de leverer det algoritmen indirekte etterspør. Mer generelt må alle brukere av sosiale medier i praksis «tenke som en algoritme» for å oppnå den ønskede synligheten (Bucher, 2012; Bishop, 2018). På grunn av fenomenet «black box», dvs. at dataene algoritmen er basert på, er skjult, inkluderer denne prosessen ofte gjetting, prøving og feiling samt deling av antakelser og teorier. For mashup-produsenter er «synlighetsproblemet» snudd på hodet: Heller enn å prøve å tiltrekke seg algoritmenes oppmerksomhet, prøver de å gjøre musikken *usynlig* for dem. Når de bruker plattformer som YouTube og SoundCloud, tar produsentene derfor i bruk ulike taktikker, som for eksempel å gjøre bestemte bearbeidelser av mashup-musikken eller videoen. På den måten har gjenkjenningsprosedyrene også innvirkning på mashup-produsentenes kreative beslutninger.

«Maskeringsteknikkene» de bruker for at musikken ikke skal bli gjenkjent av de automatiske gjenkjenningsverktøyene, inkluderer blant annet å endre musikkens tonalitet og tempo, å endre lyden via prosesseringseffekter, eller å bearbeide videoene på ulike måter (disse teknikkene brukes med andre ord ikke bare for å få sampel til å passe sammen). Slike teknikker har imidlertid også en tendens til å forringe lyd kvaliteten eller gjøre samplene mindre lik originalen, og flere av produsentene var motvillige til å inngå slike kompromisser, ettersom musikkformen i stor grad baserer seg på at lytterne gjenkjenner hvor samplene er hentet fra. For eksempel understreket Raheem D dette i forbindelse med at man

8. Vi har valgt ikke å navngi disse mashup-nettsidene, da det ville utgjort en risiko for at sidenes innhold blir blokkert eller slettet ettersom det befinner seg i gråsonen av åndsverkloven.

endrer musikkens tonalitet: «I don't really do that too much anymore, because I feel like it affects the quality of the overall mashup, and the sound. For me, if I know [a track] is unsafe nowadays, I probably just won't bother». Dette viser hvordan estetiske restriksjoner grunnet gjenkjenningsprosedyrer kan påvirke produsentenes motivasjon til å produsere mashup-musikk.

Intervjuene og spørreundersøkelsen viste også at gjenkjenningsprosedyrene har innvirkning på hvilken musikk produsentene velger å sample. Noen musikkinnspillinger ble av produsentene jevnt over ansett som uaktuelle å sample fra, på grunn av den store sannsynligheten for at mashup-musikken da ville blitt fjernet. Taylor Swifts innspillinger ble sett på som aller «farligst» (selv om dette ofte ble ansett å skyldes manuelle rapporteringer av hennes tidligere plateselskap Big Machine, heller enn automatiske gjenkjenningsverktøy). Andre fortalte at de unngår å sample nye utgivelser, siden det kan virke som om opphavsrettshavere er spesielt opptatt av å beskytte utgivelser i den tidligste fasen. På den måten blir det potensielle repertoaret som mashup-produsenter kan sample fra, innskrenket.

Produsentenes innvendinger og intensjonen med unntakene fra det opphavsrettslige vernet

Som skissert, utgjør plattformenes gjenkjenningsprosedyrer en betydelig trussel mot mashup-musikken som levende kulturform. I denne delen redegjør vi først for fire sentrale innvendinger mashup-produsentene har mot dagens reguleringspraksis. Dette er innvendinger som dukket opp gjentatte ganger i intervjuene våre, og som reflekterer hvordan man tenker innenfor mashup-scenen. Deretter viser vi hvordan disse innvendingene til en viss grad overlapper med faktorer som kan tilsi at det foreligger unntak fra det opphavsrettslige vernet.

Den første innvendingen mashup-produsentene hadde mot fjerning av musikken deres, var at *mashup-musikk er anerkjente revisjoner*. De trakk et klart skille mellom mashup-aktivitet og plagiering eller piratkopiering (for mer om skillet mellom kunstnerisk appropriasjon, piratkopiering og plagiering, se Demers, 2006, s. 7). HappyCatDisco sa følgende: «I'm not going out there just saying 'here's the entire catalogue of Eminem, please download the whole thing' [...] I think we can all agree that that's not cool». Flere argumenterte for at mashup-musikk ikke er plagiering, fordi de aldri later som om samplene er deres egne, men krediterer artistene de sampler, og i stedet for en erstatning for originalverket presenterer de alltid samplene som noe helt annet. I tråd med dette insisterte CFLO på at algoritmer må være i stand til å skille mellom blåkopier av originaler og innhold som ikke er rene kopier (som mashup-musikk og andre remikser), og at slike ikke-kopier må vurderes av mennesker.

Mashup-produsentenes andre innvending var at *mashup-musikk er ment å være ikke-kommersiell*. 82 % av produsentene i undersøkelsen vår (n = 72) oppgir at de ikke får inntekter fra mashup-musikken sin, mens 16 % oppgir mashup-musikk som en sekundær inntektskilde. Kun 2 % oppgir mashup-musikk som sin viktigste inntektskilde. Enda viktigere når det gjelder mashup-produsentenes etiske perspektiv, er at de ikke *søker etter* økonomisk gevinst for mashup-musikken sin. Noen ganger er denne manglende interessen for inntjening kun en pragmatisk erkjennelse av den nåværende situasjonen, men som oftest er dette ikke-kommersielle standpunktet etisk motivert og knyttet til produsentenes syn på sin egen musikk som en form for gjenbruk (men dette innebærer ikke en holdning om at alt kreativt arbeid skal foregå uten økonomisk belønning). Dette er kanskje, ved siden av at de krediterer artistene de sampler, den viktigste etiske dimensjonen ved mashup-kulturen. Adriana A fremstilte det som «a pirate's code of honour [...] – I didn't pay for the copyright clearances, therefore you shouldn't either.» Denne etiske intensjonen om å forbli ikke-kommersiell er

noe algoritmer ikke evner å fange opp (det er i alle fall ikke en prioritet i dag). DJ Maya Jakobson uttrykket et ønske om mer intelligente algoritmer: «[I wish] that this algorithm would be smarter one day, and would immediately detect whether [a] producer is doing something for fun, or whether they're trying to earn from it.»

Deres tredje innvending var at *mashup-musikk ikke frarøver den samlede artisten inntekter*. Flere av produsentene mente at mashup-musikk til og med kan fungere som et effektivt markedsføringsverktøy for artister eller plateselskaper og bidra til at artistene når ut til et publikum som de ellers ikke ville nådd – enten ved å introdusere lyttere for musikk de har glemte, eller ved å introdusere dem for musikk som ligger utenfor deres typiske repertoar eller komfortsone. Paul V forklarte: «To me, the greatest gift of a good mashup is that it's hopefully going to take a fan of only one part of that song and turn them into a fan of the second or third or fourth part that's also used.» Noen av produsentene pekte også på at forestillingen om opphavsrett som en form for økonomisk *beskyttelse* er irrelevant når det gjelder mashup-musikk, siden denne musikken sannsynligvis bidrar til å heve – ikke senke – den økonomiske verdien til låtene som blir samlet:

I do think there's just basic economics that these guys [i.e., the music industries] should figure out. And there are ways to evaluate that with experiments and so on. YouTube [...] runs A/B testing all the time, right, so it's not hard for them to search for every mashup, and just remove them from a region for a weekend to see what happens to sales of that artist, you know? (DJ Faroff)

Videre anså de fleste av produsentene det som rimelig at musikken deres noen ganger ble brukt til å generere inntekter til de samlede artistene via annonser (selv om noen klaget over at denne inntektsgenereringen først og fremst kommer artistenes plateselskaper eller musikkforlag til gode).

Til slutt hevdet mashup-produsentene at *mashup-musikk ikke svekker de samlede artistenes integritet*. De beskrev ofte sin musikk som en hyllest til artistene de samlet (eller som et uttrykk for såkalt «fandom»). Følgelig ble originalartistenes perspektiver ofte ansett som mer etisk relevante enn plateselskapenes og forlagenes perspektiver. Flere av produsentene trakk frem episoder hvor populære artister ga en form for positiv tilbakemelding etter å ha hørt en mashup som gjorde bruk av musikken deres, enten ved å videredistribuerer musikken eller legge igjen en kommentar. Noen produsenter bemerket at de ville fjerne mashupen på eget initiativ dersom det skulle vise seg at en av originalartistene mislikte den. Denne opplevde solidariteten med musikerne bunner delvis i en antakelse av at artister generelt er motivert av sin lidenskap for musikk heller enn av økonomisk gevinst, og at de derfor vil godta at musikens kommunikative potensial maksimeres og forlenges via remikser. Noen, som DJ Surda, mente også at grunnen til at de får tilgang til isolerte vokal- og instrumentalspor (såkalte «stems»), er at artistene *ønsker* at materialet skal tilgjengeliggjøres:

I don't believe that all the multi-tracks [i.e., audio stems] on the internet are [there] because there is a hacker that is looking for multi-tracks all day. You know, for example, the producer of the song just decided to put it there because he knows there are a lot of producers who will find this stuff, and they will do new remixes, and [this] music will get a life, a second chance.

Produsentene var derfor frustrerte over at plattformenes gjenkjenningsprosedyrer ikke tar denne antatte fellesinteressen mellom mashup-produsenter og de samlede artistene i betraktning.

Mashup-produsentenes innvendinger mot dagens situasjon betyr selvfølgelig ikke at kritikken deres nødvendigvis er berettiget. Men det er slående at flere av innvendingene deres

finner en viss resonans i ulike opphavsrettsunntak som er ment å sette begrensninger for eneretten (og dermed «balansere» åndsverklovens insentiverende funksjon med hensynet til ytringsfriheten).

Spørsmålet om hvilken bruk av opphavsrettslig beskyttet materiale som kan forsvares under disse unntakene, kompliseres av at unntak fra opphavsretten er formulert og tolkes forskjellig i forskjellige land, at det ikke alltid er klart hvilket lovverk som skal anvendes (Novovic, 2019), at unntakene må vurderes i sammenheng med andre relevante juridiske faktorer, og at opphavsrettslige tvister vanligvis løses fra sak til sak. Likevel er det visse indikasjoner på at mashup-musikk i det minste ikke er totalt ekskludert fra å bli vurdert som lovlig – flere av faktorene som vektlegges i vurderingen av ulike lovers opphavsrettsunntak, sammenfaller med mashup-produsentenes innvendinger beskrevet ovenfor.⁹ Relevant er for eksempel deres insistering på at mashup-musikken åpenbart er forskjellig fra det opprinnelige verket, at kildene deres er nevnt eller på annen måte eksponert, at motivet deres ikke er å skade eller få økonomisk gevinst, og at musikken ikke har noen vesentlig effekt på den kommersielle suksessen til det samlede materialet (siden det samlede materialet blir presentert på en måte som er svært forskjellig fra originalen).¹⁰ Videre synes EUs juridiske definisjon av parodi å samsvare med mashup-musikk: «to evoke an existing work while being noticeably different from it, and, secondly, to constitute an expression of humour or mockery» (Deckmyn v. Vandersteen, 2014, § 33). For vår diskusjon er imidlertid spørsmålet om hvorvidt mashup-musikk faktisk faller inn under forskjellige unntak fra opphavsretten, mindre viktig enn det faktum at den kan gjøre det. Siden mashup-musikkens juridiske status foreløpig ikke er avklart i retten, befinner den seg i åndsverklovens gråsoner. Med dette mener vi at ambivalensen og nyansene knyttet til opphavsrettens unntak, og mylderet av måter disse kan interagere med andre aspekter knyttet til lovverket, genererer det som ofte blir omtalt (med en romlig metafor) som en juridisk «gråsoner». Dataene våre antyder imidlertid at mashup-produsentene i stor grad ikke er i stand til å anvende denne gråsonen til sin fordel når det gjelder å unngå at innhold blir fjernet.

Plattformenes okkupering av den juridiske gråsonen

Mashup-produsenters nåværende usikre posisjon kan forstås, for å bygge videre på gråsonemetaforen, i lys av hvordan plattformene bruker sin posisjon til å «okkupere» denne sonen. Evnen til å holde denne gråsonen «aktiv» avgjøres først og fremst av plattformene, siden det er her mesteparten av det omstridte materialet distribueres (eventuelt ikke distribueres, slik situasjonen er). Et sentralt spørsmål er derfor om plattformer er juridisk forpliktet til å tillate innhold som kan falle inn under opphavsrettens unntak, gitt at plattformene er private selskaper. En amerikansk ankedomstol har konkludert med at de er forpliktet til det: «Copyright holders cannot shirk their duty to consider—in good faith and prior to sending a takedown notification—whether allegedly infringing material constitutes fair use, a use which the DMCA plainly contemplates as authorized by the law» (Lenz v. Universal Music Corp., 2015¹¹). Dessuten krever artikkel 17(7) i DSM-direktivet (Copyright in the Digital Single Market Directive, 2019), som ble vedtatt av EU-parlamentet i 2019, at medlemslandene sikrer at plattformer tillater innhold som faller inn under opphavsrettens unntak, og at samarbeidet mellom tjenesteleverandører av internettdeling og rettighetshavere ikke skal forhindre inn-

9. For et sammendrag av noen av opphavsrettens unntak, se Jacques, 2019.

10. Dette sistnevnte argumentet støttes av den empiriske studien til Schuster, Mitchell og Brown (2019), som viser at sampling (i det minste noen ganger) kan øke salget av den originale, samlede innspillingen.

11. Høyesterettsanke fra begge parter avslått, se 137 S.Ct. 416 (2016) og 137 S.Ct. 2263 (2017), avgjort 2018.

hold som ikke krenker opphavsretten: «The cooperation between online content-sharing service providers and rightholders shall not result in the prevention of the availability of works or other subject matter uploaded by users, which do not infringe copyright and related rights» (Copyright in the Digital Single Market Directive, 2019, art. 17(7)). Plattformenes gjenkjenningsprosedyrer har reelle konsekvenser for operasjonaliseringen av loven og dermed også for sosiokulturelle forhold. Sabine Jacque (2019) kommer med et lignende argument i sin drøfting av opphavsrettens parodiunntak, som ifølge henne er fast forankret i en anerkjennelse av ytringsfriheten og dermed bekrefter essensielle demokratiske verdier (s. 71). Med Google som eksempel hevder hun at internettplattformer neglisjerer lovens avveining mellom opphavsrett og ytringsfrihet: «Contract law is being exploited to permit these powerful actors to dictate what content is created and disseminated, regardless of the objectives of copyright law. [...] [When this happens,] the careful balance [between exclusive rights and exceptions] crafted by legislators in copyright law is simply lost» (Jacques, 2019, s. 209).

Denne type «balanseringsmanøver» er tydelig i YouTubes retningslinjer for «fair use» – det mest signifikante opphavsrettsunntaket i USA:

Automated systems like Content ID can't decide fair use because it's a subjective, case-by-case decision that only courts can make. While we can't decide on fair use or mediate copyright disputes, fair use can still exist on YouTube. If you believe that your video falls under fair use, you can defend your position through the Content ID dispute process. This decision shouldn't be taken lightly. (Google, i.d.-c)

Som nevnt frykter mashup-produsentene at en tvist angående fjerning vil utsette dem for enda større risiko enn om de bare godtar beslutningen om å fjerne mashup-musikken. Men dette sitatet fra YouTube demonstrerer også hvordan plattformer «okkuperer» den juridiske gråsonen. Mens YouTube angir at det er domstolene som må avgjøre hvorvidt en bestemt bruk faller inn under opphavsrettens unntak, er realiteten at hvis en bruker som uten hell har bestridt en blokkering, velger å klage, vil klagen bli avgjort av opphavsrettshaveren som først bestemte at mashup-musikken skulle blokkeres. YouTube skriver på sine nettsider at ifølge retten må rettighetshaverne vurdere om bruken faller inn under «fair use», før de sender beskjed om å blokkere innholdet. De skriver også at de i noen tilfeller ber rettighetshaverne om å bekrefte at de har gjort denne analysen. Men som Diane L. Zimmerman bemerker, er ikke slike prosedyrer transparente, og «dommeren» (opphavsrettshaveren) i slike klagesaker er neppe nøytral (2014, s. 273). Dette systemet gir forrang til opphavsrettshaverens rettigheter og setter mashup-produsenter (og andre kulturprodusenter i lignende posisjoner) i en ugunstig situasjon.

Denne type plattformveiledning får plattformer til å fremstå som mer eller mindre «nøytrale» formidlere fanget mellom to onder. Og flere mashup-produsenter ser på plattformer på denne måten: De er frustrerte over plattformers gjenkjenningsprosedyrer, men de legger skylden for blokkeringen av mashup-musikken deres først og fremst på musikkindustriens opphavsrettshavere og ikke på plattformene selv. Dette synet på plattformer som objektive og nøytrale formidlere er imidlertid i liten grad i samsvar med virkeligheten; de tar ikke hensyn til plattformenes avgjørende innvirkning på hvordan (og om) kulturen sirkulerer. Som Jacques (2019) understreker, må plattformenes håndtering av denne gråsonen forstås i lys av deres politisk-økonomiske kontekst.

Lisensene som plattformene har inngått med store opphavsrettshaverselskaper, vitner om at mye har endret seg for plattformer som YouTube siden midten av 2000-tallet når det gjelder det tilsynelatende antagonistiske forholdet mellom «gamle» og «nye» medier. Plattformer kan ikke lenger ses på som et alternativ, eller en utfordrer, til etablerte medieselskaper,

og deres gjenkjenningsprosedyrer må sees på som et utslag av at de to sektorene har blitt stadig mer integrert. For eksempel har Google Ventures – investeringsarmen til YouTubes moderselskap Alphabet – investert betraktelig i musikkforlaget Kobalt, og har angivelig en eierandel på flere millioner dollar i det «uavhengige» plateselskapet 300 Entertainment (Ingham, 2019). Det er mange flere eksempler på slik integrasjon, med investeringer som beveger seg i begge retninger (så vel som mellom konkurrenter innad i sektorene). Følgelig vil uenighet mellom plattformer og opphavsrettshavere i dag dreie seg mer om detaljspørsmål om betalingssatser og inntektsstrømmer enn om grunnleggende spørsmål om håndtering av opphavsrett. Dette er en markant endring fra tidlig retorikk, som presenterte internett som noe som ville gjøre musikk «gratis», og det antyder at plattformer og musikk-selskaper i økende grad kan ha en felles interesse av sterke opphavsrettsregimer.

Den nåværende situasjonen rundt mashup-musikk demonstrerer også plattformenes endrede forhold til innholdsregulering mer generelt. Opprinnelig ble internettplattformer oppfattet som nøytrale arenaer (Gillespie, 2010). Brooke E. Duffy, Thomas Poell og David B. Nieborg hevder til og med at selskaper som Facebook ved å identifisere seg som plattformer heller enn kringkastere til en viss grad kunne fraskrive seg ansvar: «[an excuse] deployed to evade liability and downplay their pivotal role in shaping society's news, information, and entertainment agendas» (2019, s. 1). De siste årene har imidlertid tendensen vært at plattformer beveger seg bort fra en libertarisk påvirket, «hands-off» tilnærming (som tillot veksten av remikskultur på 2000-tallet), mot stortilt investering i innholdsregulering, i form av både algoritmisk utvikling og menneskelig arbeidskraft. Selv om disse bestrebelsene på å forbedre innholdsreguleringen delvis var motivert av en synkende tillit til plattformer i samfunnet,¹² bør de også ses i et politisk-økonomisk perspektiv. De fleste store plattformer (inkludert YouTube) er helt avhengige av annonseinntekter. Det betyr at plattformreguleringen finner sted i et spenningsfelt der man på den ene siden må øke innholdsstrømmen (og dermed skape mer annonseringsplass), og på den andre siden øke «kvalitetskontrollen» (siden annonsører har en tendens til å søke plassering ved siden av legitimt, identifiserbart innhold).

Konklusjon: Remiks i et endret juridisk og økonomisk landskap

I denne artikkelen har vi vist at mashup-musikk er en form for kreativ praksis som i vesentlig grad hindres av internettplattformers gjeldende gjenkjenningsprosedyrer. Mens plattformer kan fjerne eller endre innhold som de antar er ulovlig, er den juridiske statusen til mashup-musikk foreløpig uavklart. I mellomtiden er realiteten at mashup-musikk (og den større remikskulturen som musikken er en del av) står overfor en trussel som grenser til det eksistensielle. Til tross for den vedvarende spenningen mellom sampelbasert musikk og opphavsretts-havere, synes den nåværende trusselen som mashup-produsentene opplever, i stor grad å være et resultat av endringer som strekker seg utover musikken deres; mashup-musikk er til en viss grad et utilsiktet offer for økonomiske, teknologiske og juridiske endringer og forhandlinger.

Det er spesielt én viktig juridisk utvikling som pågår, og som utvilsomt vil påvirke, til det bedre eller verre, de sosiokulturelle utsiktene til remikser og mashup-musikk. Det nevnte DSM-direktivet – som ble godkjent av EU-parlamentet i april 2019, og som EU-medlemslandene er pålagt å implementere innen en toårsperiode¹³ – inneholder den mye omstridte

12. I tillegg til Cambridge Analyticas beryktede hacking av det amerikanske 2016-valget (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018) har det blitt implisert at plattformer har spilt en rolle i folkemordet på Rohingya-befolkningen i Myanmar, i de såkalte «WhatsApp-lynsjingene» i India (*BBC News*, 2018) og i den globale fremveksten av mannlig «Incel»-vold (Ging, 2019).

13. Artikkel 17 i DSM-direktivet krever at plattformene implementerer dette innen juni 2021.

artikkel 17, som endrer forholdet mellom åndsverkloven og plattformer. I motsetning til hva som har vært gjeldende lov tidligere, innebærer artikkel 17 at internettplattformer holdes juridisk ansvarlige for brukergenerert innhold som tilgjengeliggjøres i EU. Dette innebærer at plattformene må innhente tillatelse fra opphavsrettshavere før de publiserer opphavsrettsbelagt innhold, og gjøre ikke-klarert innhold utilgjengelig. Men som nevnt krever artikkel 17 også at plattformer tillater innhold som faller inn under opphavsrettens unntak. Denne bestemmelsen utgjør en enorm utfordring for plattformene: Det juridiske spørsmålet om hvorvidt en spesifikk bruk av opphavsrettsbeskyttet materiale krenker åndsverkloven eller kan forsvares med henvisning til opphavsrettens unntak, kan vanskelig besvares på en tilfredsstillende måte av et system som er helt avhengig av automatiske gjenkjenningsverktøy og -beslutninger. Av den grunn er det sannsynlig at plattformene foretrekker å risikere å overregulere innhold fremfor å risikere å bli holdt ansvarlig for å tillate innhold som kan tenkes å krenke opphavsretten.

Den påtvungne rettetten av mashup-musikk må kontekstualiseres ved å anerkjenne at ingen form for musikk eksisterer i et vakuum. Det er alltid flere faktorer som begrenser, former og muliggjør enhver form for kulturell produksjon, herunder økonomiske systemer, teknologiske muligheter, juridiske strukturer og estetiske formasjoner (Wolff, 1981, s. 19–47). Forskningen vår tyder på at internettplattformenes økonomiske og teknologiske handlekraft veier tungt blant disse faktorene, tyngre enn lovens bestemmelsesmakt. Dette skjer ved at de «okkuperer» åndsverklovens gråsoner og, ut fra denne posisjonen, tar svart-hvitt-beslutninger. Det virker usannsynlig at man vil finne en rask løsning på dagens situasjon; automatiske gjenkjenningsverktøy har ikke på langt nær den fleksibiliteten som trengs for å vurdere gråsonemateriale, og en kan heller ikke forvente at ikke-automatiserte verktøy skal kunne klare å håndtere omfanget av innholdet som er involvert. Mashup-musikk, og remikkulturen mer generelt, er kun ett av mange tilfeller der «plattformisering» har hatt betydelige konsekvenser for kulturelle produsenter – konsekvenser som er langt fra det som var forventet i begynnelsen av Web 2.0.

Referanser

- Aufderheide, P. & Jaszi, P. (2018). *Reclaiming fair use* (2. utg.). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Aufderheide, P., Milosevic, T. & Bello, B. (2016). The impact of copyright permissions culture on the US visual arts community: The consequences of fear of fair use. *New Media & Society*, 18(9), 2012–2027. <https://doi.org/10.1177/1461444815575018>
- BBC News (2018, 19. juli). How WhatsApp helped turn a village into a mob. *BBC News*. Hentet fra <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-44856910> (Sist sett: 16. mars, 2020).
- Bishop, S. (2018). Anxiety, panic and self-optimization: Inequalities and the YouTube algorithm. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 69–84. <https://doi.org/10.1177/1354856517736978>
- boyd, D. (2013). *It's complicated: The social lives of networked teens*. London: Yale University Press.
- Brøvig-Hanssen, R. (2016). Justin Bieber featuring Slipknot: Consumption as mode of production'. I S. Whiteley & S. Rambarran (Red.), *Music and Virtuality* (s. 266–281). Oxford: Oxford University Press.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media and Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>.
- Cadwalladr, C. & Graham-Harrison, E. (2018, 17. mars). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*. Hentet fra <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> (sist sett: 1. mars, 2020).
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley, CA: University of California Press.

- Copyright in the Digital Single Market Directive. (2019). Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on Copyright and Related Rights in the Digital Single Market and Amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC (2019-04-17). Hentet fra https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2019.130.01.0092.01.ENG
- Deckmyn v. Vandersteen. (2014). Johan Deckmyn and Vrijheidsfonds VZW v Helena Vandersteen and Others (2014-09-3, C-201/13). Hentet fra <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A62013CJ0201>
- Demers, J. T. (2006). *Steal this music: How intellectual property law affects musical creativity*. Athens: University of Georgia Press.
- Duffy, B. E., Poell, T. & Nieborg, D. B. (2019). Platform practices in the cultural industries: Creativity, labor, and citizenship. *Social Media + Society*, 5(4), 1–8. <https://doi.org/10.1177/2056305119879672>
- European Parliament. (2019). «Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on Copyright and Related Rights in the Digital Single Market and Amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC». Vol. 2019/790. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>.
- Frith, S. & Marshall L. (2004). Making sense of copyright. I S. Frith & L. Marshall (Red.), *Music and copyright* (s. 1–20). New York: Routledge.
- Gillespie, T. (2010). The politics of «platforms». *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven CT: Yale University Press.
- Ging, D. (2019). Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638–657. <http://doi.org/10.1177/1097184X17706401>.
- Google. (Ingen dato-a). How Content ID works. Hentet fra <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=en> (Sist sett: 12. mai, 2020).
- Google. (Ingen dato-b). What is a Content ID claim? YouTube Help. Hentet fra <https://support.google.com/youtube/answer/6013276?hl=en> (Sist sett: 16. mars, 2020).
- Google. (Ingen dato-c). *Frequently asked questions about fair use*. Hentet fra <https://support.google.com/youtube/answer/6396261?hl=en> (Sist sett: 22. mai, 2020).
- Google. (2018). How Google fights piracy. Tilgjengelig her: https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How_Google_Fights_Piracy_2018.pdf (Sist sett: 10. mai, 2020).
- Hesmondhalgh, D., Jones, E. & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as alternative music platforms. *Social Media and Society*, 5(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305119883429>
- Howe, K. R. (2004). A critique of experimentalism. *Qualitative Inquiry*, 10(1), 42–61. <https://doi.org/10.1177/1077800403259491>
- Hui, A. (under utgivelse). *Emerging frontiers: Platform regulation of mashups in and beyond an EU context*. I T. Rigg & A. Harrison (Red.), *The Present and future of music law*. New York: Bloomsbury Academic.
- Ingham, T. (2019, 15. mars). What happens if Google buys the world's biggest music company? *Rolling Stone*. Hentet fra <https://www.rollingstone.com/music/music-features/what-happens-if-google-buys-the-worlds-biggest-music-company-807891/> (sist sett: 1. mars, 2020).
- Jacque, S. (2019). *The parody exception in copyright law*. Oxford: Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Lenz v. Universal Music Corp. (2015). Stephanie LENZ, Plaintiff-Appellee/Cross-Appellant, v. UNIVERSAL MUSIC CORP.; Universal Music Publishing Inc.; Universal Music Publishing Group Inc., Defendants-Appellants/Cross-Appellees. United States Court of Appeals, Ninth Circuit. (2015-07-07, 801 F.3d 1126). Hentet fra https://scholar.google.com/scholar_case?case=12567649168680108221&q=related:vUDPKFVCaa4J:scholar.google.com/&hl=en&as_sdt=2006
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York City: Penguin.
- McGranahan, L. (2010). *Mashnography: creativity, consumption, and copyright in the mashup community* (Doktoravhandling). Brown University. Hentet fra <https://repository.library.brown.edu/studio/item/bdr:11071/PDF/>

- McLeod, K. & DiCola, P. (2011). *Creative license: The law and culture of digital sampling*. Durham NC: Duke University Press.
- Meyers, B. G. (2009). Filtering systems or fair use: A comparative analysis of proposed regulations for user-generated content. *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 26(3), 935–956.
- Nieborg, D. B. & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media and Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Novovic, M. (2019). Fighting European «copyright tourism»: Lessons from defamation laws. *European Review of Private Law*, 27(5), 949–972.
- Nunziato, D. C. (2014). The Beginning of the end of internet freedom. *Georgetown Journal of International Law*, 2017(40), 383–410.
- Roberts, S. T. (2019). *Behind the screen: Content moderation in the shadows of social media*. New Haven; London: Yale University Press.
- Schuster, M., Mitchell, D. & Brown, K. (2019). Sampling increases music sales: An empirical copyright study. *American Business Law Journal*, 56(1), 177–229. <https://doi.org/10.1111/ablj.12137>
- Shiga, J. (2007). Copy-and-persist: The logic of mash-up culture. *Critical Studies in Media Communication*, 24(2), 93–114. <https://doi.org/10.1080/07393180701262685>
- Sinnreich, A. (2010). *Mashed up: Music, technology, and the rise of configurable culture*. Amherst, MA: University of Massachusetts Press.
- Sinnreich, A. (2013). *The piracy crusade: How the music industry's war on sharing destroys markets and erodes civil liberties*. Amherst/Boston: University of Massachusetts Press.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- Wolff, J. (1981). *The social production of art*. London: MacMillan.
- Zimmerman, D. L. (2014). Copyright and social media: A tale of legislative abdication. *Pace Law Review*, 35(1), 260–285.