

# Formatert musikk



**En kvalitativ studie av brukeres forhold til musikkformater**

**Masteroppgave i medievitenskap**

**Av**

**Milosz Tyszko**

**Institutt for media og kommunikasjon**

**Universitetet i Oslo**

**November 2010**



“Artwork isn’t that big factor for the kid being exposed to music through his harddrive. But for me it still comes down to appreciation this as an art experience. That’s what I am still fighting for. I don’t think the digital delivery method is together right now. To me, listening to something I downloaded on the Internet, usually at a shitty bitrate, is not the same as the experience of listening to a record (...).”  
(Trent Reznor i Kot 2009:245).

## **Sammendrag**

Overgangen til et digitalt, immaterielt samfunn medfører at flere verdifulle elementer ved musikkbruk går tapt. Samtidig oppstår nye måter å bruke og å forholde seg til musikk på. Dette er bakgrunnen for denne oppgaven hvor jeg utforsker brukeres forhold til musikkformater. Musikk har i over hundre år blitt formidlet gjennom ulike formater. I denne studien tar jeg for meg LP-en, kompaktkassetten, CD-en, MP3-filen og streaming - formater som alle har vært, eller er, gjeldende standarder for det globale musikkonsum. Musikkbruk baserer seg i praksis på en kompleks sammensetning av egenskaper ved formatet som bærer musikken. I oppgaven har jeg undersøkt flere av disse egenskapene og vist hvordan de gjør musikkformatet verdifullt for brukeren. Jeg baserer mine funn på kvalitative intervjuer med ti informanter fordelt på to aldersgrupper. Jeg har avdekket deres preferanser i forhold til musikkformater - hva de verdsetter ved formatene - og sett dette gjennom et musikkhistorisk perspektiv, der teknologisk innovasjon har vært med på å endre forbrukeres omgang med musikk. Med oppgavens vinkling kan den være et interessant og nyttig bidrag til samfunnsvitenskapelige og humanistiske fagfelt, og gi viktige innspill til aktører i musikkbransjen, som kontinuerlig utfordres til å tilpasse seg nye virkeligheter.

## **Abstract**

The transition from a society based on tangible goods to one of intangibility leads to the disappearance of several valuable elements attached to music usage. Simultaneously there is an emergence of numerous new ways to use and thus relate to music. This is the background scenery of this thesis in which I explore the consumers' relationship with music formats. For well over a century music has been disseminated through various formats. In this study, I discuss the Long Play, the Compact Cassette, the Compact Disc, MP3-files and streaming – formats that have all been, or are, applicable standards for global music consumption. The use of music is, in practice, based on a complex combination of characteristics in the format that carries the music. I have examined several of these properties and shown how they make the music format valuable to its users. I base my findings on qualitative interviews with ten respondents divided into two age groups. I have revealed their preferences in terms of music formats, what they value about them, and analysed this in a music-historical context where technological innovation has been a driving force in changing consumers' interaction with music. With this approach, the study may be an interesting and useful contribution to social science and disciplines in the humanities. It may also provide important insight for various participants in the music industry, which are continually challenged to adapt to new realities.

## **Førord**

En masteroppgave, har jeg nå skjønt, er først og fremst en studie i disiplin, karakter og utholdenhet. Kudos til dere alle som har gjennomført dette før meg!

Først av alle vil jeg takke min veileder Arnt Maasø fra Institutt for media og kommunikasjon som har vist stor tålmodighet og forståelse til mye frustrasjon underveis, men som med oppmuntrende kraft har hjulpet meg i mål. Jeg vil også takke Sissel Jørgensen fra filosofisk institutt for uunnværlig hjelp i mørke stunder. Flere studenter må få vite om deg!

En stor takk rettes til alle mine informanter for at de var villige til å stille opp og dele sine erfaringer med meg. Takk til alle som underveis har på hver sin måte hjulpet meg fremover i prosessen! Spesielt vil jeg takke Aleksander Bråthen og Leif Sigurd Larsen for korrektur og konstruktive tilbakemeldinger (og herlige middager, Leif!). En takk fortjener også gutta i Piraya Tank som har latt meg avregere, men også distrahere, og bidratt til sonisk katarsis.

Sist men ikke minst vil jeg takke mine foreldre som har vært støttespillere av dimensjoner fra start til slutt.

Denne er til dere!

Oslo, 9. november 2010

Milosz Tyszko

# INNHOOLD

Sammendrag .....	i
Abstract .....	i
Forord .....	ii
Innhold .....	iii

---

## **DEL 1: BAKGRUNN, TEORI OG METODE ..... 1**

### **1. INNLEDNING – Teori, bakgrunn og metode ..... 1**

1.1) Problemstilling.....	2
1.2) Oppgavens struktur .....	3
1.3) Tidligere forskning og oppgavens teoretiske rammeverk .....	4
1.4) Musikkformatenes historie .....	5
1.4.1) <i>Lyd på plate</i> .....	6
1.4.2) <i>Vinyl: album og singel</i> .....	7
1.4.3) <i>Kompakte kassetter: musikk på bånd</i> .....	8
1.4.4) <i>CD: kompakte skiver og digital lyd</i> .....	10
1.4.5) <i>MP3: musikk som kode</i> .....	11
1.4.6) <i>MP3 og internett</i> .....	12
1.4.7) <i>Streaming</i> .....	13

### **2. VERDI, FONOGRAFEFFEKTER OG GENERATIVER..... 15**

2.1) Definisjoner av verdibegrep .....	15
2.2) Effekter ved innspilt musikk .....	16
2.3) Generativer for det tjueførste århundret .....	18

### **3. METODE ..... 23**

3.1) Metodevalg .....	23
3.2) Fremgangsmåte, rekruttering, presentasjon av informanter .....	25
3.3) Pilotstudie .....	26
3.4) Intervjuet.....	26
3.5) Etikk .....	27
3.6) Transkribering og behandling av data.....	28
3.7) Analysen .....	29

## **DEL 2: EMPIRI, ANALYSE, DRØFTING ..... 31**

### **4. EIERSKAP ..... 31**

4.1) Verdi av eierskap .....	31
4.1.1) <i>Eierskap og lytteropplevelse</i> .....	32
4.1.2) <i>Eierskap på tvers av musikkformater</i> .....	33
4.2) Samling .....	34
4.2.1) <i>Samling i lys av faglige betraktninger</i> .....	35
4.2.2) <i>En samlers behov</i> .....	36

4.2.3)	<i>Materiell samling</i> .....	38
4.2.3)	<i>Digital samling</i> .....	40
4.2.4)	<i>Har McCourt rett?</i> .....	41
4.2.5)	<i>Samling og identitet</i> .....	43
4.3)	<i>Streaming – eie versus leie</i> .....	44
<b>5.</b>	<b>LYTTERMÅTER .....</b>	<b>47</b>
5.1)	Tid, sted og fokus .....	48
5.1.1)	<i>Primæraktivitet og sekundæraktivitet</i> .....	48
5.1.2)	<i>Ulike formater til ulike formål</i> .....	48
5.1.3)	<i>Førstegangslytting</i> .....	50
5.1.4)	<i>Album versus singel</i> .....	51
5.1.5)	<i>Rastløshet</i> .....	54
5.1.6)	<i>Å finne igjen den gode lyttertiden – og lyttermediet?</i> .....	56
5.2)	Mobil lytting .....	59
5.2.1)	<i>Mobile avspillere</i> .....	59
5.2.2)	<i>Motivasjoner bak lytting til personlige mobile medier</i> .....	61
5.2.3)	<i>Mobil musikk i arbeid</i> .....	65
5.3)	Visuell lytting .....	66
5.3.1)	<i>Albumcoveret blir til</i> .....	67
5.3.2)	<i>Mindre cover – mindre bilde</i> .....	68
5.3.3)	<i>Visuell lytting – et fortidsfenomen?</i> .....	68
5.3.4)	<i>Visuell lytting på mobile medier</i> .....	70
5.3.5)	<i>Visualisering av stasjonær digital musikk</i> .....	71
5.3.6)	<i>Mediert simulering av virkeligheten</i> .....	72
5.4)	Lydkvalitet .....	73
5.4.1)	<i>High fidelity: Nærmere og nærmere sannheten</i> .....	74
5.4.2)	<i>LP og den gode lydens gullalder</i> .....	75
5.4.3)	<i>Hi-fi på bånd</i> .....	76
5.4.4)	<i>CD – digital versus analog</i> .....	78
5.4.5)	<i>MP3 og mobile medier ≠ Hi-fi?</i> .....	80
5.4.6)	<i>Streaming og kvalitet - en videreføring av MP3?</i> .....	81
5.4.7)	<i>Opplevelse av god lyd – en vanesak?</i> .....	82
<b>6.</b>	<b>TILGJENGELIGHET .....</b>	<b>84</b>
6.1)	Digitalt eldorado .....	84
6.1.1)	<i>Streaming – demningen har bristet</i> .....	85
6.1.2)	<i>Tilgjengelighetens bakside</i> .....	87
6.1.3)	<i>En postmoderne handelsopplevelse</i> .....	89
6.2)	Internett og Myten om Musikk som Eiendom .....	92
<b>7.</b>	<b>AVSLUTNING .....</b>	<b>94</b>
7.1)	Oppsummering .....	94
7.2)	Avsluttende betraktninger og videre forskning .....	97

<b>Referanseliste .....</b>	<b>100</b>
Litteratur .....	100
Avisartikler .....	103
Nettkilder .....	104
Oppslagsverk .....	107
Tabeller og diverse informasjon .....	107
Film .....	107
Bilder .....	108
<b>Vedlegg .....</b>	<b>108</b>
1) Intervjuguide .....	108
2) Eksempel på matrise for analyse .....	113

# **DEL 1: BAKGRUNN, TEORI OG METODE**

## **1. INNLEDNING**

*“My idea is that there is music in the air, music all around us; the world is full of it, and you simply take as much as you require” (Sir Edward Elgar).*

Lite visste Elgar hvor bokstavelig utsagnet hans kunne bli tolket i vår verden, knappe 70 år etter hans død. Musikk forkledd som digitaliserte koder fyller eteren i et hvert rom til en hver tid. En kan nå tilegne seg så mye en måtte ønske ved et par enkle tastetrykk fra en uuttømmelig kilde som tilbyr en flora av musikalske verk, som behager alle mulige smaker.

*“Every disc is a microcosm, a twelve-inch or four-and-three-quarter inch world. A shelf of records is a row of possible worlds. Take one out, put it on, and a world unreels, the world one has chosen to live in for the next hour” (Eisenberg 2005:205).*

Samtidig med at musikken florerer ubegrenset gjennom internettets stadig flere og raskere nervetråder, finnes den fremdeles festet til de tradisjonelle mediene som ikke bare har gjort musikk til et handelsobjekt, men også påvirket vårt forhold til den. Bruken av musikk, og dermed vårt forhold til musikk, er i stor grad knyttet til mediet som holder på den. I en tid der flere musikkmedier lever side om side med hverandre, vil ulike bruk være en naturlig del av virkeligheten. Likevel har visse trender begynt å framstå som typiske i bruken av musikk.

*“The overwhelming trend of our age is to take products that were once delivered as physical goods, find ways to turn them into data, and stream them into your home” (Anderson 2009:23).*

Utviklingen det siste tiåret har tvunget frem tunge omstruktureringer i musikkbransjen. I lys av dette virker det å herske en splid i spådommene blant ulike interessegrupper om hvordan musikkmedienes fremtid vil se ut. Sjef for Universal Music Norge, Petter Singsaas, er overbevist om at CD-ens tid snart er omme, og fortalte til Aftenposten i januar 2010 at ”jeg er 100 % sikker på at CD-en vil forsvinne, det er bare et spørsmål om tid (...) Det vil nok skje innen tre til fem



år” (Asker 2010). Han argumenterer for at så snart forretningsmodellene til de nye streamingtjenestene virker for fullt, vil CD-en bli et overflødig medium. ”Vinylen vil nok fortsette å eksistere, men det blir for et nisjemarked. For det brede lag blir det digitale abonnementtjenester” (ibid).

I samme utgave av Aftenposten ser kommentatorleder Torstein Hvattum med bedrøvet penn på utviklingen mot et immaterielt musikk-samfunn. ”Musikk handler også om å kjenne på den barnslige begeistring over å samle. Betrakte den frodige rockefamilien som dag for dag øker i omfang og genremessig bredde i hyllene” (Hvattum 2010). Hvattum berører her kun ett aspekt ved musikkbruk som baserer seg på lenge etablerte formater og måter å anvende innspilt musikk på, nemlig samling. Overgangen til nettsamfunnet har imidlertid mange flere ringvirkninger på hvordan vi omgås og håndterer musikk. Det er nettopp dette som fanget min interesse og la grunnlag for denne oppgaven, som vil handle om musikkbrukere og deres forhold til ulike musikkmedier sett i lyset av endringene vi har opplevd - ikke bare det siste tiåret, men snart halve århundret også.

Sett bort ifra primærfunksjonen musikkavspilling, har hvert musikkmedium særegne egenskaper som gjør dem til noe mer enn bare avspillere av musikk. Det er egenskaper som påvirker våre lyttermåter, vår omgang med musikk, vår måte å tenke på musikk som salgsvare, eiendom og samlingsobjekt – kort sagt; vårt forhold til musikkvaren. Ulike egenskaper vil bli verdsatt av ulike mennesker som ut ifra eget personlig forhold til musikk og egne livserfaringer vil ha ulike syn på hvilke aspekter ved musikkbruk som er verdifulle for dem.

## **1.1) Problemstilling**

Med disse opplysningene som tematisk fundament har jeg utarbeidet en problemstilling som lyder som følgende:

*Hvilke egenskaper ved de ulike musikkformatene genererer verdi for musikkbrukeren, og hvordan er brukerens forhold til musikk sett i sammenheng med disse egenskapene?*

For å få klarere forståelse av problemstillingen vil jeg først definere hva begrepene *egenskaper* og *verdi* innebærer. Egenskaper anser jeg her som karakteristiske kvaliteter ved musikkmediet som er med på å sette rammer rundt dets bruksverdi. Med fare for å virke deterministisk i synet

på teknologiske artefakter, vil jeg presisere at behandlingen av temaet i denne oppgaven vil være i tråd med affordance teorien til James J. Gibson. Teorien stammer fra tanken om at ethvert objekt eller omgivelser har kvaliteter ved seg som tillater et individ å utføre en handling, gitt at individet har perseptuelle evner til å oppdage og erkjenne disse kvalitetene (Gibson 1979). Innenfor oppgavens rammer innebærer dette alle handlingsmuligheter ved et medium basert på dets egenskaper som musikkavspiller. Jeg vil konsentrere meg om følgende egenskaper: tilgjengelighet, lyd kvalitet, mobilitet, visualisering, eierskap og samling. I tillegg vil jeg berøre brukervennlighet, lagringskapasitet og holdbarhet. Begrepet verdi vil bli tydeligere definert i senere delkapittel, men omhandler kort sagt individers subjektive forhold til objekter.

Musikkbruk baserer seg i praksis på en kompleks sammensetning av egenskaper ved musikkformatet. I oppgaven vil jeg utforske egenskapene isolert for å få en dypere innsikt og et bedre grunnlag til å besvare problemstillingen. Likevel vil noe overlapping av temaer finne sted, fordi mange av egenskapene er så sammenvevde. Jeg har som mål med oppgaven å avdekke brukeres preferanser i forhold til musikkformater, og se dette i et musikkhistorisk perspektiv der teknologisk innovasjon har vært utgangspunktet for endringer i forbrukeres anvendelse av musikk. I denne oppgaven viser jeg hva den enkelte forbruker bryr seg om, og siden musikkindustrien fra flere hold blir ansett som et forvarsel på hva andre virksomheter kan vente, gir dette en indikasjon på hvor (den digitaliserte) kulturindustrien på nåværende tidspunkt er på vei hen (Anderson 2009, Kusek & Leonhard 2005, Kot 2009).

## **1.2) Oppgavens struktur**

Oppgaven består av to hoveddeler; en del har blikket rettet mot teori, bakgrunn og metode, den andre har det empiriske materialet i fokus. Som empirisk forskningsgrunnlag har jeg gjennomført en kvalitativ undersøkelse av brukere av ulike musikkformater, og jeg tar derfor utgangspunkt både i empiri og i teori for å besvare problemstillingene mine.

I første kapittel presenterer jeg min problemstilling, studieobjekt, oppgavens fokus og mål, forskningsdesignet, tidligere forskning og teoretiske rammeverk. I tillegg vil jeg gå kort igjennom den historiske utviklingen av de musikkformatene som er sentrale i denne oppgaven. I kapittel 2 blir det teoretiske bidragsmaterialet presentert i tillegg til en begrepsavklaring av viktige termer. Kapittel 3 dekker den metodiske tilnærmingen til prosjektet. Her beskriver, begrunner og drøfter jeg mine valg av metoder, fremgangsmåter og behandling og analyse av det

empiriske materialet. Kapitlene 4, 5 og 6 danner sammen del 2 av oppgaven. Her skifter fokuset over mot empirien og de temabaserte emnene. Med utgangspunkt i empirien, tar jeg for meg en rekke sentrale aspekter ved bruken av musikkformater. Jeg ser på likheter, men spesielt også forskjeller, i bruken, for å avdekke hvilke egenskaper ved formatene som genererer verdi for musikkbrukeren. I oppgavens avsluttende del oppsummerer jeg mine hovedfunn og setter disse i en større sammenheng med den teknologiske utviklingen og dens konsekvenser.

### **1.3) Tidligere forskning og oppgavens teoretiske rammeverk**

Medier og mediebruk er i stadig endring og mye forskning gjøres på mediebrukere for å avdekke konsekvenser dette har for kultur og samfunn. Blant tidligere forskning med relevans til mitt valgte tema finnes flere kvalitative studier – dog ikke mange - av musikkbrukere, med ulike vinklinger på liknende problemområder. Barry Brown og Abigail Sellen, for eksempel, undersøkte i 2006 musikkdeling av både konvensjonelle og digitale medier blant britiske musikkentusiaster, og sammenliknet praksisen i de to formatsfærene (Brown og Sellen 2006). Selv om deres hovedfokus var deling av musikk, finner jeg likevel flere emner som overlapper mitt tema, noe jeg kommer til å vise til senere i oppgaven.

Det er også gjort liknende studier i Norge. Wenche Nag publiserte i 2010 artikkelen ”Musikkbruk og forretningsmodeller i en delingskultur” som bygger på en studie av norske musikkbrukere gjort i regi av forskere i Telenor Research & Innovation våren 2008. Undersøkelsen viste blant annet at til tross for den enorme mengden og brede tilgjengeligheten, er musikk fortsatt et høyt verdsatt element i informantenes hverdag. Likevel later det til å være et gap mellom den kulturelle verdien (affeksjonsverdi og verdi av sosiale relasjoner) og den økonomiske verdien av musikk, der sistnevnte er betydelig svekket (Nag 2010).

For å bevisstgjøre leseren ytterligere på forskjellene mellom tradisjonelle og nettbaserte musikkformater, og de konsekvenser dette har for behandlingen av innspilt musikk, har jeg delt disse opp i to delkapitler (henholdsvis 2.2 og 2.3). I det første presenterer jeg teori knyttet til innspilt musikk og de påfølgende effektene som lagring av et ellers flyktig medium medbringer (Katz 2004). I det andre delkapitlet, som omhandler digitale verdier, tar jeg utgangspunkt i sjefsredaktør av det tekniske magasinet *Wired*, Chris Andersons betraktninger om overgangen til nettbasert distribusjon av musikk (Anderson 2009). Jeg bruker hans økonomiske perspektiver

som grobunn for *Wired* makker Kevin Kellys skissering av nye tilleggsverdier, som innholdsprodusentene må se seg nødt til å implementere i digitale formater for å gjøre dem salgbare (Kelly 2008).

I min tilnærming til oppgavens empiriske innslag har en del litteratur knyttet til sosiologi og urbane studier vist seg å være nyttig i studien av bruken av musikk i det moderne hverdagsliv (Benjamin 1968, Bauman 1993, Eriksen 2001, 2008). I tillegg bruker jeg postmodernistisk teori som underlag for å beskrive hva internettets store tilgjengelighet fører med seg for musikkbrukeren (Bauman 1993, Ritzer 2005). For å forklare mobil musikklytting anvender jeg blant annet urban teori, om hvordan storbyens kaos og overbelastning av sanseintrykk skaper behov hos individer til å trekke seg tilbake til private sfærer, eller at kjedsomhet frembringer behov for estetisering av omgivelsene (Simmel 1997, Bull 2004, Sennett 1990, Bauman 1993). Jeg tar også i bruk teori av filosofisk og sosiokulturell art samt tidligere studier, som støtte til å beskrive samling på musikk som fenomen (Garnar 2008, Benjamin 1968, Hodgson 2002, Eisenberg 2005, Brown og Sellen 2006, McCourt 2004). Dette har vært hensiktsmessig for å få en bedre forståelse av temaet eierskap. I oppgavens avsluttende del introduserer jeg John Perry Barlows problematisering av digitalisering av åndsverk, der opphør av fysiske medier med ett gjør eierskap - slik vi kjenner det - til et vanskelig konsept å forholde seg til (Barlow 1994, Lessig 2001).

#### **1.4) Musikkformatenes historie**

”The echo is perhaps the world’s most primitive playback device”.

(Robert Saladini under introduksjon til foredrag av Michael Katz, 2005)

I dette avsnittet vil jeg ta for meg en kort gjennomgang av de viktigste musikkformatene som har vært dominerende i musikkmarkedet, med fokus på de tekniske løsningene for musikklagring og deres bruksmåter. Jeg ønsker med dette å klargjøre forskjellene mellom formatenes egenart for senere å kunne vise nærmere hvordan deres unike egenskaper er med på å forme lyttervaner og holdninger hos brukerne. Jeg ser dette som nødvendig for også å bevisstgjøre leseren på at hvert format har innvirkninger på vårt forhold til musikk som forbruksvare.

### ***1.4.1) Lyd på plate***

Etableringen av runde, flate plater som et standardmedium for musikklagring kan spores helt til begynnelsen av forrige århundre. Det første masseproduserte lydlagrings- og avspillingsmediet var *fonografen*, oppfunnet og patentert av Thomas Alva Edison i 1877. Riktignok betjente apparatet en sylinder i stedet for plate, men det tekniske grunnlaget var allerede stadfestet: en spiss gjenstand glir over en ru rille på en overflate som deretter overfører vibrasjonene til et hult rør som forsterker lyden og avgir resonans (Morton jr.2004).

Emile Berliner, som presenterte den første *grammofonen* i 1894<sup>1</sup>, mente at en viktig fordel med å operere med plater var at de kunne bli trykket raskt, billigere og enklere enn den mer etablerte vokssylindren (Morton jr 2004:32). I tillegg tok samlinger av grammofonplatene mindre plass enn sylindrene, en tiltalende egenskap for den pragmatiske forbrukeren. En annen fordel grammofonplaten hadde over dens første konkurrenter, var lydvolument. I tiden før elektronisk lydforsterkning fantes, var det maksimale lydvolument for avspilling av vokssylindren proporsjonalt med dybden av rillen og hvor hardt avleserstiften var presset i den. Fordi Berliner platene var trykket med oppvarmet plastikk, som stivnet ved nedkjøling, klarte platen å motstå et mye større press fra avleserstiften før rillen begynte å gi etter. I tillegg utnyttet platen lyden fra mastringsprosessen bedre ved å fange opp mer av den originale lyden, slik at lyd kvaliteten ved avspilling var betraktelig bedre (ibid:35).

Grammofonplaten var likevel langt ifra et perfekt medium for lydgjengivelse. En stor svakhet lå i at platen snurret med konstant hastighet, noe som virket negativt på lyd kvaliteten jo nærmere midten av platen avleserstiften kom. Det var heller ikke mulig for forbrukeren å selv spille inn lyd på grammofonplaten, en egenskap som bidro til å gjøre båndkassetten til et populært medium mange år senere. Berliner antok at hans marked ville bestå av personer som ønsket å lytte til innspilt musikk i hjemmet, men som ikke var interessert i å lage musikk selv. Denne forventningen hadde også Edison, men verken fonografen eller den oppgraderte varianten *grafofonen* traff målgruppen like godt som grammofonen til Berliner (Morton jr 2004:32-33). Dette skyldes bl.a. god markedsføringsstrategi fra Berliner Gramophone Company og Victor Talking Machine Company som senere tok over grammofonvirksomheten.

---

<sup>1</sup> Grammofonen ble introdusert i Europa først i 1889.

I løpet av et tiår gikk salget av innspilte plater og avspillere fra null til å dominere markedet til de grader at sylinderprodusentene enten gikk konkurs eller så seg nødt til å tilpasse spillerne sine til platen. Også Edison ga etter for presset fra den voksende plateentusiasmen og i 1912 presenterte han sin *Disc Phonograph*, og var dermed fortsatt med i kappløpet om musikkforbrukerne. Selv om fonografen og grammofonen bygger på samme tekniske grunnprinsipp var det en vesentlig forskjell på de såkalte Diamond platene til Edison og Berliners etter hvert så dominerende 78-ere (navnet kommer av at avspillingshastigheten deres var 78 omdreininger i minuttet)<sup>2</sup>. I likhet med vokssylinderen beveget diskfonografens avlesernål seg vertikalt på platens overflate (såkalt ”hill-and-dale”), mens grammofonplaten hadde lateral gravering og krevde en avlesernål som beveget seg horisontalt (lateral gravering muliggjorde utviklingen av stereolyd mange år senere) (Dahl 1997:34). Edisons plater hadde bedre lyd kvalitet og lengre spilletid, men var dyrere enn andre merker, og Berliner kapret dermed majoriteten av den lyttende middelklassen. De to graveringsteknologiene var i tillegg ikke kompatible med hverandres avspillere, noe som til slutt førte Edison til å trekke seg fra musikkproduksjonsbransjen.

#### ***1.4.2) Vinyl: album og singel***

I 1948 introduserte Columbia Broadcasting System's (CBS) long-play platen - bedre kjent som LP. LP-en inkorporerte mange av forbedringene i lydopptak som var tilgjengelig på 30 tallet. Platen var laget av vinylplast og sporet var finere og smalere enn den tidligere 78 rpm skjellakk platen, noe som krevde en mer sensitiv pickup og en nærmest mikroskopisk avleserstift laget av enten safir eller diamant, men som i gjengjeld tillot avspilling av et mye bredere frekvensspekter (Morton jr 2004:135). Platen var 12 tommer i diameter og hastigheten var redusert til 33 1/3 rpm, noe som ga en lengre spilletid (opptil 22 minutter) per side. For lyttere som var vant til å måtte bytte plater hvert tredje eller fjerde minutt var dette en særdeles spennende forbedring; hele symfonier kunne nå bli spilt av uten avbrytelser, og lytteropplevelsen ble desto mer sammenhengende.

---

<sup>2</sup> Det finnes ingen skriftlig avklaring som viser til hvorfor akkurat 78 rpm ble standarden for avspillingshastighet, men i 1900 var de to ledende plateprodusentene i USA Columbia Records, som brukte 80 rpm og Victor, som brukte 76 rpm. Siden begge selskapers plater kunne anvendes på hverandres avspillere, er det logisk å anta at en medianverdi ville bli satt som standardhastighet. Se for øvrig <http://vinyl-record.co.uk/Pages/VinylRecordHistory.htm> for fler detaljer.

En etter hvert så berømt demonstrasjon av LP-en fant sted i Waldorf Astoria hotell i New York, der pressen ikke bare fikk høre bedre lyd, men også bevitnet det faktum at en åtte fot høy stabel med de eldre 78 rpm platene inneholdt like mye musikk som en 15 tommers stabel med LP plater (ibid:138). Dette kan sees som en indikasjon på at omvendt proporsjonalitet mellom lydmediets fysiske størrelse og mengden lyd det kunne lagre allerede den gang, ble ansett som en attraktiv egenskap – et ideal som i den digitale verden stadig presser nye grenser.

Knappt et år senere, altså i 1949, lanserte RCA Victor det som kom til å bli albumets motstykke: den betydelig mindre singelplaten. Denne hadde en omdreiningshastighet på 45 rpm, og selv med sine knappe 7 tommer inneholdt platen omtrent like mye musikk (ca fem minutter) som de tradisjonelle 12 toms 78 rpm platene. Også 45-er'n tok i bruk en mer finkuttet rille, faktisk så lik LP-en's at med små modifikasjoner kunne begge platene spilles av samme maskin (Morton jr. 2004:138).

I det som av trykkmediene ble kalt for "War of the Speeds" (33 1/3rpm vs. 45rpm) endte i realiteten i et kompromiss ettersom begge formatene oppnådde suksess i ulike målgrupper: LP-en kapret markedet for album og klassisk musikk og "seriøs" jazz, mens 45-er'n ble brukt så å si eksklusivt for singler, særlig i populærmusikken (Coleman 2005:65-68). I tillegg var avspillerprodusenter raskt ute med multihastighetsspillere som t.o.m. klarte 78-er platene. I 1950 ble plateselskapene enige om felles standardhastighet på platene, 33,3 og 45 omdreining pr. minutt. De eldre 78-er platene måtte vike front, og i Norge forsvant de ut av markedet i 1957-58 (Dahl 1997:23).

#### ***1.4.3) Kompakte kassetter: Musikk på bånd***

Magnetiske lydbånd var tatt i bruk i radioproduksjon allerede på 1930-tallet, og rundt 1950 begynte man å bruke båndopptakeren også i plateproduksjonen. Lydkvaliteten var bedre enn datidens grammofonplater, og fordelene var ellers store når det gjaldt redigeringsmuligheter og overdubbing ved innspilling. I Norge fikk båndopptakeren for alvor gjennomslag i forbindelse med OL i Oslo i 1952 (Dahl 1997:37).

Det tekniske grunnprinsippet med magnetiske lydbærere er basert på magnetisme og magnetisk induksjon. Lydbåndet er dekket med et oksydlag som er det magnetiske belegget. Det kan beskrives som ei samling av mange små magneter som ligger tilfeldig plassert på et uinnspilt

bånd. Magnetpartiklene retter seg inn etter et indusert magnetfelt fra lydhodet, og forblir ideelt sett liggende i et ordnet mønster inntil lydbåndet slettes (avmagnetiseres). Når det gjelder bevaring og holdbarhet, er det imidlertid slik at økt magnetisering medfører kortere levetid. Med utviklingen av formagnetiseringsteknikken ("bias") og ulike former for støyreduksjonssystemer har alle typer lydbånd fått bedre magnetiske egenskaper for lydgjengivelse.

For konsummarkedet skulle det bli særlig ett båndsystem som kunne ta opp konkurransen med LP-platene og spolebåndene. I 1963 presenterte Philips *Compact-Cassette* systemet på en radioutstilling i Berlin. To år senere kom de første ferdiginnspilte kassetten på markedet, den gang under navnet *music cassette* eller bare MC. Kassettenes mål (100 x 64 x 9 mm), båndhastighet (4,75 cm/s) og båndbredde (3,81 mm) ble en standard som ingen andre kassettprodusenter klarte å utkonkurrere på musikkmarkedet (Dahl 1997:37). De små dimensjonene til mediet gjorde det lettere å lytte til innspilt musikk andre steder enn hjemme. Spesielt bilen, som allerede i flere tiår hadde vært utstyrt med radio, ble et populært bruksområde for kassetten, som endret lyttervanene for mang en musikkbruker ved å gi dem kontroll til å spille *sin* musikk på reiser. Selv om Edison allerede på 30-tallet hadde eksperimentert med fonografer i kjøretøy, er avspillingsmedier med sensitive avleserstifter generelt sett lite egnet i bil (Morton jr 2004:164). Mobilitet og særlig hjemmeopptaksmuligheten var med på å popularisere MC formatet, og barn og unge var dens første store brukergruppe som brukte kassetten mest til å kopiere og spille inn lyd fra radio og LP-er (ibid:167). Med forbedret lyd kvalitet kom også de eldre lytterne til og kassettsalget skjøt fart. Detaljerte salgstall for blanke kassetter er vanskelig å finne, men i følge Morton jr. oversteg de salget av både blanke *open-reels* (spolebånd) og blanke Stereo 8<sup>3</sup> rundt 1970. I 1981 ble det i Norge for første gang solgt flere ferdiginnspilte kassetter enn LP-er<sup>4</sup>. Mye av grunnen skyldes trolig Sonys lansering av sin Walkman bærbare kassettspiller i 1979. Dette tillot musikklytting å bli en enda mer mobil aktivitet enn noen gang. Etter å ha flyttet musikken først fra stua til bilen, kunne musikken nå bli båret rundt hvor hen man var og lyttet til i en isolert tilværelse via hodetelefoner. Konsekvensene av dette lot seg

---

<sup>3</sup> Andre populære magnetbåndformater som også ble brukt til opptak.

<sup>4</sup> LP salget lå på 3,485,000 solgte enheter mot 3,670,000 kassetter. (Tall hentet fra IFPI's salgsstatistikk 1977-2009) (IFPI 2009).



merke i løpet av 1980 årene, da kassettsalget oversteg LP salget også i det amerikanske musikkmarkedet<sup>5</sup>. Hjemmet hadde for alvor mistet eneretten som arena for musikkavspilling.

#### ***1.4.4) CD: kompakte skiver og digital lyd***

Compact Disc systemet er trolig den største nyvinningen innen reproduksjon av lyd siden Edisons vokssylinder satte det hele i gang i 1877. Sett i tidsperspektiv skulle det altså gå ganske nøyaktig 100 år før de første prototypene av CD-spillere ble utviklet. Den teknologiske utviklingen bør i hovedsak krediteres det nederlandske konsernet Philips og japanske Sony (Dahl 1997:39).

Fellesnevneren for CD-systemets forgjengere er at de spilte inn og reproduserte analoge lydsignaler ved å bruke en mekanisk eller elektrisk avleser i direkte kontakt med mediet. CD-en derimot lagrer informasjonen digitalt i mikroskopiske groper hvis lengde representerer en serie av 1 og 0 – tall (binære bits) som representerer det originale lydsignalet (Pohlman 1992:8). Avlesingen av bits-ene gjøres optisk ved hjelp av en laserstråle og informasjonen blir videre rekonstruert til lydsignal. Derfor vil en CD teoretisk sett vare evig, og høres lik ut hele tiden, en evne som forbigår både LP og kassett, som slites ned for hver avspilling. CD-en har kun en spillerside som likevel gir nesten dobbelt som mye spillertid som en hel LP, noe som tillater enda lengre uavbrutt lytting.<sup>6</sup>

Digital lyd hadde eksistert lenge før Philips risset den inn på laserdisker. Den britiske oppfinneren Alec Reeves oppfant *pulse code modulation* (PCM) – en teknikk for konvertering av et analogt signal til digitalt signal - allerede på 1930-tallet. Likevel ble ikke digital opptak av lyd særlig utforsket før slutten av 60-tallet. (Morton jr 2004:171). Både Sony og Philips hadde begge jobbet med utviklingen av optiske løsninger for avspilling av video. Presentasjonen av den 12" store LaserVision videodisc mot slutten av 70 tallet var det første kommersielle bevis på at informasjon kunne lagres ved digital-optiske løsninger (digital lagring på magnetbånd var allerede gjort mulig tiår tidligere). I juni 1980, etter lengre tids forsøk på et rent lydsystem, ble det såkalte Compact Disc Digital Audio systemet vedtatt som standard. Da de siste tekniske

---

<sup>5</sup> I 1986 ble det i USA solgt tre ganger så mange kassetter som LP plater (Morton jr 2004:168).

<sup>6</sup> Rykter sier at CD-ens spillelengde ble bestemt på grunnlag av at Herbert von Karajan forlangt at hele Beethovens 9'ende skulle få plass på den.

utfordringene ved plateavspilleren ble løst året etter ble den såkalte "røde bok"<sup>7</sup> standarden for *Compact Disc*-en publisert av Philips og Sony i 1982, og kommersielle CD-spillere og CD-plater ble sluppet på markedet.

Det tok en stund før formatet ble populært, ettersom prisen for både avspillere og CD-platene var langt høyere enn de tradisjonelle formatene<sup>8</sup>. I tillegg var det helt frem til 1998 ikke mulig for brukeren å spille inn lyd på CD, en egenskap som var avgjørende for kassettsens popularitet (Coleman 2005:XV). Likevel ble det i 1983 solgt over 5,5 millioner CD-plater på verdensbasis og allerede i 1988 passerte CD-en det globale vinylsalget og 1994 også kassettsalget (1991 i Norge) (Dahl 1997:39)<sup>9</sup>.

#### **1.4.5) MP3: Musikk som kode**

I likhet med andre musikkrelaterte oppfinnelser som for eksempel gramfonen eller CD platen, ble ikke *MP3*-formatet<sup>10</sup> oppfunnet med musikklagring som grunnintensjon. Det ble i stedet skapt av ingeniører knyttet til filmindustrien, herav navnet Motion Picture Expert Group, hvis mål var å etablere standarder for digitalisering av lyd og bilde (Katz 2004:160). Et nøkkelmål var å utvikle en måte å komprimere store mengder video og lyd data ned til en størrelse som tillot lagring på- og utveksling mellom datamaskiner. I 1992 lyktes det, med hjelp fra en gruppe utviklere fra Fraunhofer Institute for Integrated Circuits, å lage en audiovisuell komprimeringsstandard som fikk forkortelsen MPEG-1. Systemet brukte en teknikk kjent som perseptuell koding for å fjerne "irrelevant" data fra en fil. Teknikken for slik koding baserer seg på ideen om at når man lytter til musikk, blir visse frekvenser "maskert" (gjort uhørbare) av andre konkurrerende lyder. For eksempel vil et kraftig symfoniensemble kunne i et øyeblikk overdøve lyden av andre instrumenter som spiller på samme tid. I perseptuell koding blir disse maskerte

---

<sup>7</sup> Red book er en del av Rainbow Books serien som definerer tekniske spesifikasjoner på ulike CD-formater. Visse grunnleggende spesifikasjoner for den røde boken er - maksimal spillertid: 74 min 42 sec, minimum lengde for et spor: fire sekunder (inkludert 2 sekunders pause), maksimalt antall spor: 99, bitrate er satt til 1411.2 kbit/s – for å nevne noen.

<sup>8</sup> Prisen for de første Sony CD spillerne i USA lå på rundt \$2000, mens skivene var prissatt mellom \$12 og \$15 (Morton jr 2004:171).

<sup>9</sup> Det bør likevel nevnes at utenfor USA og Vest-Europa beholdt kassetten fotfestet mye lenger. Kassetter med innspilt lyd stod i 2000 for 15 % av Nord Amerikas salg, mens dekket over 35 % av salget på verdensbasis. I Norge nådde kassettsalget et bunnivå i 1999 på snau 1,6 % av all musikk salg, og ble trukket fra offisielle utsalgssteder året etter (IFPI 2009).

<sup>10</sup> MP3 står for Motion Picture Expert Group 1 Audio Layer 3.

lydene tildelt færre databits enn forgrunnslydene. Denne reduksjonen gjør det mulig for digital lyd å bli komprimert – med forbehold av ulike variabler – ned til en tolvtedel av plassen den ville brukt på en CD, uten å forvrengte lyden<sup>11</sup>.

MPEG-1 bestod av tre forskjellige ”lag”, eller nivåer av datakomprimering. De første to lagene var ment for brukere av avanserte avspillere, mens det tredje var tilpasset mer alminnelige brukere med for eksempel vanlige PC-er. Det var dette tredje laget, som bestod av den patenterte Fraunhofer algoritmen for komprimering av lyd, som utgjorde ”layer 3” av MPEG-1 standarden (forkortelsen ble senere kuttet ned til MPEG-3 og deretter bare MP3) (Morton jr 2004: 191). Diverse uforutsette omstendigheter førte til at demoversjonen av komprimeringsprogrammet for ”layer 3” ble lastet ned fra en ubeskyttet datamaskin ved Universitetet i Erlangen i Tyskland av en nederlandsk dataprogrammerer. Etter å ha selv gjort noen endringer tilgjengelig gjorde han programmet på nettet for andre interesserte til ytterligere modifisering. Dette førte til utviklingen og spredningen av utsøkte MP3 dekodere som spilte av høykvalitets lyd fra høykomprimerte filer (Katz 2004:161). Fordi MP3-formatet er en immateriell digital kode, trengs ikke mekaniske avspillere. I stedet vil en hver device med riktig software kunne klare å spille av musikk. Dette gjør bruken enda mer fleksibel enn kassettspilleren, og har vært grunnleggende for det moderne mobile musikklandskapet vi ser i dag.

#### ***1.4.6) MP3 og internett***

En gjennomgang av MP3-formatet gir liten mening i musikkhistorisk sammenheng uten å trekke inn Napster og dens etterfølger. Det var sommeren 1999 at den atten år gamle eks studenten Shawn Fanning la ut kildekoden for et nedlastingsprogram han hadde designet. I løpet av noen få år tiltrakk såkalte Napster hele 50 millioner unike brukere. De ivrigste brukere var hovedsakelig studenter på amerikanske campuser som på den tiden tilbød rask netthastighet (Kot 2009:25). Napster tillot brukeren å logge seg på en server og søke gjennom spesifikke musikkfiler til samtlige som var pålogget. Og nettopp MP3-formatets gode komprimering gjorde filene små nok til at de på noen få minutter (ved optimale forhold) kunne bli overført mellom brukerne. Dette ble begynnelsen på en æra der piratkopiering ble en særdeles viktig distribusjonsmetode av

---

<sup>11</sup> Den siste påstanden har vært et kontroversielt tema i flere musikalske kretser i årevis. Mange hevder blant annet at MP3-formatet forringer musikken, at det avgir en utvannet representasjon av originallyden (Milner 2009). Se kapittel 5.3 om lyd kvalitet.

musikk, men også en alvorlig trussel mot musikkbransjen (og også andre bransjer med åndsverksbeskyttet digitalt innhold).

Riktignok hadde såkalt piratvirksomhet eksistert lenge før Napster - kassetten, med sine hjemmeopptaksmuligheter hadde på 1970 og tidlig 80 tallet gitt lovgiverne mye hodebry<sup>12</sup> - som heller ikke var det første fildelingsprogrammet. Napsters fortrinn var at det gjorde deling veldig enkelt, og i en helt ny skala. Programmets enorme popularitet var trolig også grunnen til at det ble tvunget til å avbryte sin virksomhet etter massivt rettslig press fra de største plateselskapene og enkelte artister som fryktet for sitt levebrød. Rettsaken mot Fanning og de mange påfølgende søksmålene mot individer mistenkt for nedlasting, skapte en mistillit til plateselskapene ettersom flere av brukerne av nedlastingsprogrammet hevdet at de brukte nettet til å utforske ny musikk og at de fortsatt kjøpte musikk de likte (Kot 2009).

Etter at Napster gikk konkurs i 2002 har verden sett mangfoldige etterlikninger og mer raffinerte fildelingsnettverk, såkalte peer-to-peer (P2P) nettverk, komme til<sup>13</sup>. Disse har klart å omgå åndsverkslover fordi de ikke bruker noen sentralisert server slik Napster gjorde, men åpner direkte forbindelser mellom PC-er (peers). Dette har satt et stort preg på musikkbruk i det tjueførste århundret, og en digital delekultur har tatt form (Lessig 2008).

#### ***1.4.7) Streaming***

I kampen mot ulovlig nedlasting av musikk det siste tiåret har flere alternative kommersielle løsninger blitt utprøvd, men ingen kan vise til resultater som verken minsker den ulovlige nedlastingen, eller hever artistenes honorar nevneverdig<sup>14</sup>. Selv ikke Apple's iTunes – verdens desidert ledende nettbutikk for digital musikk, lansert 28. april 2003, passerte allerede i februar 2010 10 milliarder solgte sanger - har eliminert problemet (Apple 2010). Til og med Steve Jobs

---

<sup>12</sup> Etter mye usikkerhet vedrørende effekten av blanke kassetter, hevdet en studie av CBS 1980 et at hjemmeopptak snøt musikkindustrien for flere hundre millioner dollar i fortjeneste. British Phonograph Industry svarte straks med å iverksette Home Taping is Killing Music kampanjen, som i nyere tid har gjenoppstått, etter IFPIs norske avdelings initiativ i form av Piracy Kills Music (Coleman 2005:159).

<sup>13</sup> Noen populære desentraliserte nettverk er Morpheus, Lime Wire, Gnutella, Grokster, Soulseek og BitTorrent. Det mest brukte, Kazaa, hadde i snitt 9 millioner brukere i måneden i 2002. Innen 2003 ble det anslått at det bare i USA ble lastet ned ca to milliarder musikkfiler i måneden. (Kot 2009:42-43). I den siste tiden har programvarer som bruker torrentprotokoller blitt mer populære. I februar 2009 stod BitTorrent for opptil 43 % av all internettrafikk (avhengig av geografisk område) (Torrentfreak.com 2010).

<sup>14</sup> AOL's MusicNet, Liston.com's Rhapsody, Pressplay, og Full Audio hadde inntil 2003 tiltrukket seg bare 500 000 brukere og generert kun 25 millioner USD (Kot 2009:48).

måtte konstatere at bare 3 % av musikken i hver av de 141 millioner iPodene Apple hadde solgt frem til 2008 var kjøpt via iTunes (Kot 2009:48).

I takt med den stadig voksende nettskyen og forbedringer i bredbåndteknologien de siste par årene, har en ny måte å lytte til musikk på vist seg å bli mer og mer og vanlig: via streaming. Begrepet streaming dreier seg om overføring av digital lyd og video over et datanettverk, som kontinuerlige datastrømmer (derav navnet), der mottakeren istedenfor å laste ned hele filen på sin harddisk hører lyden og ser videoen etter hvert som den kommer inn til klienten (Store Norske Leksikon 1). Verdens mest populære streamingtjeneste for video, YouTube.com, passerte i oktober 2009 1 milliard streams daglig (Neset 2009). Mange av disse visningene er musikk av ulik slag, alt fra amatører på gutterommet til konsertklipp og musikkvideoer av profilerte artister. Flere plateselskaper og individuelle artister bruker YouTube til å promotere musikken sin.<sup>15</sup>

Det svenske selskapet Spotify AB begynte i 2006 med utviklingen av en musikkstreamingtjeneste og forretningsmodell med det mål å samle all verdens musikk og gjøre den tilgjengelig for alle (Spotify info). Spotify har siden blitt markedsført som både en månedlig abonnement tjeneste og som en gratisversjon med reklameavbrudd. Brukerne får også muligheten til å kjøpe dagspass som gir dem tilgang til premiumgodene i en dag. På knappe fire år klarte de å skaffe seg over 7 millioner brukere, hvorav 600 000 av dem er i Norge (Kirknes 2010). I 2009 lanserte Aspiro og Platekompaniet i samarbeid med Telenor tjenesten Wimp – en norsk konkurrent til Spotify og et alternativ til flere tilsvarende varianter som har dukket opp de siste årene<sup>16</sup>. Streaming har satt spor i musikkforbruket og piratvirksomheten, men det er fortsatt for tidlig å si noe om holdbarheten til disse tjenestene, og prediksjonene varierer veldig. Likevel er troen på abonnementsløsningen fått et solid fotfeste, både hos brukere og økonomer.

---

<sup>15</sup> Som følge av konkurransen fra YouTube og manglende kompensasjonsordninger for artister har de største platekonglomeratene Sony, EMI og Universal Music Group sammen med YouTube startet underholdningstjenesten Vevo, en nettside dedikert utelukkende til musikkvideoer av artister fra de ovennevnte plateselskapene. Siden ble åpnet 8 desember 2009 for amerikanske brukere og har i løpet av 2010 blitt tilgjengeliggjort for resten av verden (Maxcy 2009).

<sup>16</sup> Pandora, imeem, Last.fm, Deezer, og Maestro.fm er alle ulike varianter av Spotify tjenesten.

\*

Mange ulike teknologiske løsninger har i historiens løp blitt utprøvd i forsøket på å fange og gjengi musikk. Noen av disse løsningene bar med seg unike egenskaper som bidro til deres etablering som standardiserte musikkformater i forbrukersamfunnet. Markedsføring, pris (t.o.m. mangel på sådan), brukervennlighet, lyd kvalitet - for å nevne noen - er alle faktorer som har hatt innvirkning på hvordan forbrukere har forholdt seg til musikk. De unike egenskapene ved formatene har i tillegg bidratt til å endre brukernes lyttervaner og omgang med musikk, og for de mest pasjonerte, hevet minstekravet i kvaliteten ved samtlige av de ovennevnte egenskapene til lyttermediet. Dette vil bli berørt flere ganger utover i oppgaven.

## **2. BEGREP: Verdi, fonografeffekt og generativ**

I dette kapitlet vil jeg først forklare det noe komplekse begrepet verdi og vise dets relevans for oppgaven. Videre ser jeg det som nødvendig å redegjøre for såkalte fonografeffekter ved de tradisjonelle musikkformatene. Dette er effekter som ligger til grunn for egenskapene som er presentert i innledningen. Til sist i kapitlet vil jeg trekke inn ideer om hvordan møte de utfordringer som er oppstått i kjølevannet av paradigmeskiftet som internettet og fildeling er opphavet til. Kapittel 2 kan således sees som faglige betraktninger som setter premissene for hvordan jeg akter å besvare problemstillingen om hvilke egenskaper ved de ulike musikkformatene genererer verdi for musikkbrukeren.

### **2.1) Verdi**

Siden denne oppgaven fokuserer på hvilken betydning de ulike musikkmediene har for musikkbrukeren – hvilke egenskaper ved formatene som *verdsettes* - er det viktig å avklare hva som menes med *verdi* og hvordan det vil bli brukt innenfor oppgavens rammer.

Verdi er et flertydig begrep; dets betydning og essens bøyes avhengig av fagområdet det brukes i. Psykologiske og sosiologiske perspektiver tar for seg menneskets personlige og kulturelle verdier, etiske og ideologiske prinsipper, sosiale normer og regler. Med et økonomisk

utgangspunkt er verdi knyttet til pris gjennom en handelsmekanisme, og blir synliggjort når en for eksempel ser på hvor høyt et objekt prissettes i forhold til et annet (Store Norske Leksikon 2).

I filosofiens og estetikkens verden er verdibegrepet særdeles omstridt og likeledes mangesidet, men har ofte blitt sidestilt med noe godt eller noe positivt, dog aldri brukt som synonym. (The Oxford Dictionary of Philosophy 1996:941) I filosofiske diskurser har man håndtert verdikonseptet gjennom tre sammenhengende perspektiver:

- 1) Ved hvilke egenskaper eller karakteristikker har – eller er noe av verdi?
- 2) Om hvorvidt det å ha verdi er av objektiv eller subjektiv karakter, altså om verdien finnes i objektet eller om den springer ut ifra følelsene vi måtte ha for det.
- 3) Om å beskrive ting med verdi som verdifulle.

Ved det første punktet er verdien som et objekt besitter en egenskap som ikke kan bli gjenkjent av sansene eller av vitenskapelige måleinstrumenter. Dette kan skyldes at objektet har en *sui generis* egenskap, - latinsk for 'unik i sin karakter' - noe som krever en spesifikk bevisstgjøring eller tankeprosess for å oppdage det. I den sammenheng er det vanlig å betegne verdien som *iboende* eller *intrinsikal*, og er uavhengig av menneskelig mening. Dette gir objektets verdi en objektiv karakter. Det kan også være objektets relasjonelle egenskaper, altså de som dekker menneskelige behov (nytteverdi), eller rett og slett vår kjærlighet viet til objektet. Noe kan dermed bli kalt verdifullt i den grad vi setter pris på det, men det er lett å snu det andre veien og heller si at vi setter pris på det fordi det er verdifullt. Det er særlig gjennom forholdet mellom et vurderende subjekts følelser og objektets egenskaper at verdien får en subjektiv karakter. Dette henger sammen med tilført eller *ekstrinsikal* verdi, som baserer seg på menneskelig opinion.

Det er nettopp subjektive meninger om ulike musikkmedier som er basisen for empirien i denne oppgaven. Jeg ønsker ikke å gå inn på om hvorvidt musikkens *iboende* verdi er i forandring som følge av formatomveltninger (til det trengs det et betydelig mer omfattende forskningsopplegg - hvis slikt i det hele tatt er mulig å måle), men tar heller utgangspunkt i musikkbrukernes forhold til musikkformater og den tilførte verdien som finnes i deres subjektive oppfatning av egenskapene.

## 2.2) Tradisjonelle egenskaper knyttet til innspilt musikk

En særdeles viktig bidragsyter til den akademiske diskurs om musikk og musikkformater er musikkviter Michael Katz fra Universitetet i Michigan. Dr. Katz begynner boken *Capturing Sounds* (2004) med introduksjonen av konseptet fonografeffekter: "Simply put, phonograph effects are manifestations of sound recordings influence" (Katz 2004:3). Gjennom disse effektene forklarer han hvorfor og hvordan innspilt musikk påvirker menneskelig aktivitet og opplevelse av musikk.

### Håndgripelighet

Den mest grunnleggende effekten har Katz kalt for *tangibility* som oversatt betyr stofflighet eller håndgripelighet (Kunnskapsforlaget 2007). Dette begrepet omhandler det materielle aspektet ved mediet som er blitt brukt til å "fange", oppbevare og avspille lyden. Sett fra det musikkhistoriske perspektiv har materiell lagring av lyd, og endringer av sådan, hatt store innvirkninger på produksjon og konsum av musikk, og har vært selve utgangspunktet i skapelsen av det moderne musikklandskapet.

### Synlighet

En annen viktig effekt tilknyttet innspilt musikk er i følge Katz *visibility*, oversatt: synlighet – eller mer presist; mangel på sådan. Han påpeker at usynliggjøring av musikkfremføring er en fundamental del av den moderne musikalske opplevelse (Katz 2004:22). Historisk sett har dette på langt nær har vært normen. Da den første fonografen så dagens lys var det visuelle fraværet av musikeren en høyst uvanlig, og til tider ubehagelig erkjennelse for lytterne (Katz 2004:20). Richard Leppert, skriver i *Sight of Sound* om hvor viktig det visuelle elementet er for en fullverdig musikalsk opplevelsen: "Precisely because musical sound is abstract, intangible, and ethereal – lost as soon as it is gained – the visual experience of its production is crucial to both musicians and the audience... for locating and communicating the place of music and musical sound within society and culture" (Leppert 1993:xx-xxi). Katz beretter om ulike strategier som ble utprøvd for å erstatte den tapte dimensjonen ved den fonografiske opplevelse. Det ble ved begynnelsen av 1900 tallet blant annet eksperimentert med maskiner som synkronisert med musikken viste serier med bilder ved avspilling – en slags forgjenger for musikkvideoen om man vil – men gjennomslagskraften var heller laber (Katz 2005:19). Som en noe fattig erstatning for



mangelen på tilstedeværelse og visuell effekt, ble det i midten av forrige århundret innlemmet bilder av artisten og ulike former for design til musikkproduktet. Selv om det i hovedsak var markedsføringskrefter som stod bak, kan det argumenteres for at visuelt design er en egenskap ved musikkmediet som styrer lytteren mot en spesifikk opplevelse, som sammen med musikken blir mer enn summen av de to (Maasø 1994, Kohler 1999).

### Bærbar musikk

En annen effekt som resultat av materialiseringen av lyd i et medium, er *mobilitet*. Riktignok har musikk alltid vært mobil i den forstand at artisten har forflyttet seg fra spillested til spillested - trubadur fra bygd til bygd. Allikevel, med musikken spilt inn på et håndholdt medium åpnes muligheter til å forflytte alt fra enkle fiolinsoloer til hele symfoniorkestre, ja selv konserter med ti tusenvis av publikummere, på kryss og tvers av landegrenser (Katz 2004:14). På denne måten kan musikk frigjøres fra relevant tid, sted, tradisjoner og ritualer, og den kan således, i et historisk perspektiv, bli sett på som en sonisk metafor på den globale utviklingen.

### Mediets avgrensing av tid

På grunn av den begrensede lagringskapasiteten ved første generasjons fonogrammer (fonografsylindere og 78-er plater), måtte mange musikkverk bli oppstykket og fordelt på flere avspillingsenheter. For brukeren innebar dette flere avbrudd under lytting, der enheter måtte byttes manuelt for at en kunne høre igjennom hele stykket. Denne *avgrensingen* er et direkte resultat av mediets ufullkommenhet. Avgrensning har til og med hatt innvirkning på komposisjon, da sanger i flere genre ble etter hvert designet for å passe til lengden av en grammofoonplate. Som effekt har avgrensing satt spor selv i moderne popmusikk, der den konvensjonelle lengden for en sang fortsatt er ca. fire minutter (Katz 2004: 31-33).

## **2.3) Verdi i det 21. århundret**

”The problem [with abundance] is that once something becomes abundant we tend to ignore it, just like we ignore the air that we breathe” (Anderson 2009:50).

I en digitalisert verden viser det seg at forbrukere verdsetter taktile produkter mer enn digitale bits (Anderson 2009:142). Musikk er intet unntak. Musikk er antakelig det mediet der forretningsvirksomheten er blitt hardest presset som følge av digitalisering. Dette skyldes i stor

grad at fildeling har åpnet en distribusjonskanal som forbigår de økonomiske transaksjonsstandardene. I en verden som ellers baserer seg på produkters knapphet og deres innholdsmessige avgrensning til sitt fysiske format, gjør internett det mulig å radikalt endre vår måte å forholde oss til varer på.

Tradisjonelt har utgangspunktet for å generere økonomisk verdi i et produkt vært å gjøre det sjeldent. Når kopier blir overflødige, blir de teknisk sett verdiløse. Det som da blir verdifullt er ting som ikke lar seg kopiere. Alt som foregår på internett kopieres gang på gang, noe som har skapt en uendelig mengde med tilsynelatende verdiløse kopier<sup>17</sup>.

*Wired magazine* grunnlegger, skribent og forfatter Kevin Kelly stiller et velkjent, men allikevel essensielt spørsmål fra et forbrukerperspektiv: Hvorfor betale for noe som er gratis tilgjengelig? Og videre: Når man velger å betale for noe som i realiteten er gratis, hva er det man da egentlig betaler for?

Basert på sine studier av nettverk økonomi (Kelly 1999) skisserer han for åtte kategorier som er med på å generere verdi i et gratis produkt det er verdt å betale for (Kelly 2008). Kelly mener at disse verdiene gjør produktet bedre enn gratis, ettersom de er umulige å kopiere. Han kaller dem for *generative verdier* – ikke-kopierbare verdier som blir generert av deres unike egenskaper. Generert verdi er en kvalitet eller attributt som må bli utviklet, kultivert og tilpasset, eller samlet sett: generert. En generativ ting kan ikke bli kopiert, forfalsket, eller reprodusert. I den digitale sfæren tilfører generative kvaliteter verdi til gratis kopier og gjør dem derfor til noe salgbart. De åtte verdikategoriene som Kelly foreslår er som følgende:

### Øyeblikkelighet

Dette er et relativt begrep og som salgskvalitet omhandler det flere nivåer. Med riktig kunnskap kan man, før eller siden, finne en gratis kopi av så å si hvilket som helst digitalt produkt. Men å få produktet tilsendt til e-posten din i samme øyeblikk som det er gitt ut – eller enda bedre, produsert – av skaperen, er et generativt gode. Å være først i køen for et nytt produkt hever ofte prisen for samme produkt. Eksempler på dette er kinopremierer, utgivelser av hardcover bøker,

---

<sup>17</sup> I mai 2009 var den totale mengden digitalt innhold i verden nådd nesten 500 exabyte (Wray 2009).

eller bøker generelt for den saks skyld. Forbrukeren er klar over at både filmen og boken blir etter noe tid tilgjengelig gratis på biblioteket, men eksklusiviteten ligger i å oppleve verket først.

### Personlig tilpasning

En masseprodusert vare kan i flere tilfeller være gratis, men samme produkt med spesialtilpassede attributter vil en oftest måtte betale ekstra for. Eksempler på dette kan være spesifikk klipping i film (filtrering av vold og banning) eller lage skreddersydde versjoner av musikkverk med tilpasset EQ og mastring etter brukerdefinerte kriterier, eller til og med la brukeren være en del av innholdet.

Personlig tilpasning krever en pågående relasjon mellom produsent og forbruker, artist og fan. Dette er meget generativt fordi det er en repeterende og tidkrevende prosess. Man kan ikke kopiere tilpasningen en slik relasjonen representerer. Økonomer kaller dette for ”stickieness” eller ”økonomisk klebrighet” fordi begge sider av relasjonen har investert i et generativt gode - hverandre -, og er lite villige til å bytte interesseobjekt og begynne forfra

### Fortolkning og brukerstøtte

Utgangspunktet for denne verdien er å gi bort et gratis produkt, men la brukerveiledningen være dyr. Riktignok er dette lite relevant for musikk, men er et spennende tillegg for andre digitale produkter. Kelly viser til noen høyt profilerte selskaper, som utviklerne av åpne kildekoder Red Hat og Apache, som lever av nettopp betalt brukerstøtte for deres gratis programvare. Kopien av kodene, som bare er digitale bits, er gratis, og blir verdifull kun gjennom instruksjoner og brukerhjelp.

### Autentisitet

Selv om en bruker klarer seg uten teknisk veiledning og annen brukerhjelp etter å ha anskaffet seg et gratis produkt, er det ønskelig av produktet ikke består av korruperte eller virusinfiserte filer, eller andre uønskede feil og mangler. Garanti er også et nyttig gode, i tillegg til forsikring om at produktet faktisk stammer fra oppgitte produsent. Alle disse faktorene går under kvaliteten autentisitet, og autentisitet er en verdi en kan være villig til å betale for.

Fotografier, grafisk kunst og cover-art som blir utgitt med artisten/kunstnerens autentisitetstegn – en signatur – hever prisen på kopien. Digitale vannmerker fungerer dårlig som kopibeskyttelse ettersom brukere finner stadig nye måter å bryte ned slike sperrer på<sup>18</sup>, men de kan heve kvaliteten til generativet autentisitet for dem som måtte bry seg. Apple's iTunes Store er det mest kjente eksempelet på at dette har fungert i praksis for musikk.

### Tilgjengelighet og tilgang

Selv om eierskap av tilegnede produkter blir ansett som en selvfølge er det flere upraktiske elementer knyttet ved å nettopp eie dem. Man er nødt til å holde orden i sakene, sørge for at de er oppdatert, og i tilfelle digitale filer er det lurt å holde en backup for å unngå å miste alt. I tillegg følger det større eller mindre problemer med å måtte bære det med seg, slik en mobil verden ofte krever. I tilfellet musikk, som ofte blir brukt som eksempel på de ovennevnte problemene, har abonnementsordninger blitt løsningen for mange. Streamingtjenestene Spotify og Wimp fungerer som digitale musikkbibliotek, der brukeren kan motta uendelig lang strøm av reklamefri musikk, mot det produsentene ønsker skal bli en fast pris i måneden. Stadig mer innhold blir på denne måten levert til brukeren. Gaming-on-demand utvikleren OnLive har fra 17. juni 2010 gjort det mulig for brukere å streame og spille dataspill via raske bredbånd - liknende de ovennevnte musikkdistributørene. De ulike abonnementtjenestenes fellesmotto er alle en variant av "anything, anytime, anywhere", og er resultater av nettskyens utvikling (Carr 2008).

Nettskyen vil, i følge prognosene hos flere viktige aktører, være stadig mer sentral for fremtidens behandling og oppbevaring av digitalt innhold (Google Atmosphere Conference 2009). Kelly argumenterer for at jo mer gratisprodukter vi kommer til å måtte holde styr på, desto mer appellerende vil det bli å betale for en tjeneste som kan gjøre det for oss.

### Legemliggjøring

En form for legemliggjøring i musikk sammenheng som Kelly trekker frem, er menneskelig opptreden. Konserter tilfører åndsverket verdi som er mulig å prissette, ettersom kopiering av slike unike møter er umulig å gjenskape. Denne formelen er begynt å bli vanlig for andre som

---

<sup>18</sup> Et kjent eksempel i Norge er John Lech Johansen aka. DVD-Jon som i 1999 utviklet det grafiske brukergrensesnittet til DeCSS, som omgår kopisperren på DVD-plater og gir mulighet til å kopiere dem (InfoWars 2004).

lever av åndsverk, som f.eks. forfattere. Boken *Free: The Future of a Radical Price* av Chris Anderson fra 2009 ble gitt ut gratis i digital format, mens presentasjonene hans er prissatt.

### Donasjon

Kelly har observert at folk flest er villige til å betale skaperen av et produkt. Spesielt fans ønsker å belønne kunstnere, artister, forfattere og lignende, fordi de på den måten kan få uttrykket sin takknemmelighet. Samtidig vil en relasjon mellom artist og publikum oppstå. For at dette skal faktisk inntreffe er det spesielt viktig at betalingsmetoden er enkel, beløpet rimelig, og at forbrukeren vet med sikkerhet at pengene faktisk når artisten.

I nyere tid har det i musikkbransjen blitt eksperimentert med flere alternative forretningsmodeller som muliggjør direkte transaksjoner mellom artister og fans, der nettopp begeistringen og takknemmeligheten for produktet vises i frivillige donasjoner av egenbestemte pengebeløp. Et av de mest omtalte eksemplene på denne praksisen er det britiske bandet Radiohead's utgivelse av albumet *In Rainbows*. 10. oktober 2007 overrasket de både fans og bransjefolk ved å legge ut albumet på sin hjemmeside for nedlasting i MP3-format, der publikum selv kunne bestemme hvor mye de ville betale. Dette var første gang et band av slik størrelse og internasjonal anerkjennelse omgikk distribusjon- og salgskonvensjonene så eksplisitt. Det skulle vise seg å bli bandets mest innbringende utgivelse i karrieren (Kot 2009: 234-239). Riktig nok kan slike modeller fungere for veletablerte band med nettopp en trofast skare av fans, men for nye, mindre kjente artister vil det bli vanskelig å livnære seg på sporadiske almisser.

### Synlighet

Der de ovennevnte kvalitetene genereres ut i fra de kreative verkene, deres opphavsmenn og publikum, oppstår denne verdien hos de aktører som står for promotering og synliggjøring. I myriaden av musikkverk, bøker, filmer og annet åndsverk som kjemper om forbrukerens oppmerksomhet, er eksponering og "lettfinnelighet" blitt en verdifull kvalitet å anse. Faktum er, slik John Perry Barlow påpekte under foredraget i Teaterkjelleren i Oslo 23. april 2009, at "uavhengig av pris er en ide verdiløs dersom den ikke blir delt med andre" (Civita 2009).

Kelly påpeker at det er her platebransjen med deres produksjons- og markedsapparat nå utfører sin nye hovedrolle. I stedet for å stå for distribusjon av kopiene, noe som internett nå tar seg av,

består selskapenes oppgaver av å promotere produkter og distribuere brukernes oppmerksomhet til produktene. Andre mellomledd, som f.eks. anmeldere er også med på å kanalisere oppmerksomhet. Det finnes allerede flere agentordninger for andre produkter, f.eks. bøker og film, som anbefaler titler. De største, Amazon og Netflix tjener delvis på nettopp å linke opp produkter mot sine salgssider.

\*

Chris Anderson og Kevin Kellys observasjoner av nettutviklingen har vært grobunn for forslag om hvor man nå, og i fremtiden, kan finne økonomisk verdi i alternative aspekter ved nettprodukter som på grunn av nettets natur gjør dem nærmest verdiløse. Flere av disse aspektene angår i større eller mindre grad musikk, og vil gjennom oppgavens analysedel bli behandlet som egenskaper ved de ulike formatene som gjør dem verdifulle for brukeren.

### **3. METODE**

I dette kapitlet vil jeg presentere de valg jeg har tatt i forbindelse med undersøkelsen som ble utført med brukere av ulike musikkmedier. Blant disse valgene er: rekrutteringsprosess, innsamlingsmetode, gjennomføring av undersøkelsen og analyse og bearbeiding av datamaterialet.

#### **3.1) Metodevalg**

Hensikten med oppgaven er å studere brukeres opplevelser med ulike musikkformater, hvordan de bruker dem og hvilke elementer det er som gjør dem verdifulle for brukeren. For å oppnå dette har jeg valgt å benytte meg av kvalitativ metode. Denne metoden baserer seg på virkelighetens empiriske data som "... ikke eksakte og objektive representasjoner av virkeligheten, men som fortolkninger av den" (Gentikow 2005:37). "Kvalitativ metode understreker kunnskapens konstruktive natur, skapt gjennom interaksjon mellom deltagerne i en samtale" (Kvale 2006:26 i Gentikow 2005:37). Den er eksplorerende og ikke så regelbunden som kvantitative tilnærminger.

For å skaffe meg den nødvendige informasjonen har jeg gjennomført ti semistrukturerte enkeltintervjuer med ulike musikkentusiaster. I metodelitteraturen blir denne intervjuformen ofte kalt ”det kvalitative forskningsintervju”. ”Det kvalitative forskningsintervju forsøker å forstå verden fra intervjupersonenes side, å få frem betydningen av folks erfaringer, og å avdekke deres opplevelse av verden, forut for vitenskapelige forklaringer” (Kvale 2001:17 i Gentikow 2005:45). Metodelitteraturen anbefaler et utvalg på minimum 10 informanter, noe som ikke utgjør et representativt utvalg som er statistisk generaliserbart, men som likevel kan brukes til å svare på en åpen problemstilling som min. Gentikow hevder at selv om statistisk generaliserbarhet ikke kan oppnås, noe som er et krav i kvantitative studier, kan dette i kvalitative studier erstattes med analytisk kompleksitet: ”Analytisk kompleksitet som ideal svarer også til metodens utpregede selvrefleksivitet og, ikke minst, til forskerens selvrefleksivitet” (Gentikow, 2005:63). Med dette menes at kompleksiteten i det undersøkte fenomenet må gjenspeiles i konklusjonene. I stedet for å forsøke å dekke over eventuelle uferdigheter eller motsetninger i materialet, bør man heller trekke frem og påpeke disse (ibid).

Kvalitativ metode er ofte gjenstand for kritikk, fordi resultatene man får ikke kan bekreftes som gyldige eller entydige, med andre ord at det kan stilles spørsmål ved om resultatene er valide. ”Validitet kan oversettes med bekræftbarhet, gyldighet, riktighet eller sannhet” (Gentikow 2005:59). Når man derimot gjennomfører en kvantitativ studie er det vanlig å bekrefte *validitet* ved å gjenta studien. Kvalitative studier, for eksempel intervjuundersøkelser, er imidlertid forbeholdt en kontekst, og kan derfor bare forstås på bakgrunn av denne (Gentikow, 2005, s. 58-59). I følge Kvale og Gentikow kan validitetsbegrepet allikevel brukes i kvalitative studier, og validitet kan således sees på som en slags ”kvalitetskontroll” (Gentikow 2005, Kvale 1997). Validitet kan for eksempel si noe om i hvilken grad det som undersøkes er relevant for problemstillingen. Den kan også vise hvorvidt den fortolkende framgangsmåten som kjennetegner kvalitativ metode, holder mål. For å vurdere validiteten i mine funn, må jeg derfor i alle ledd av det vitenskapelige arbeidet stoppe opp og forvise meg om at de valgene jeg tar, faktisk er i samsvar med problemstillingene som behandles. Dessuten må mine funn hele tiden sees i forhold til annen forskning innenfor fagfeltet.

### **3.2) Fremgangsmåte, rekruttering og presentasjon av informanter**

Med utgangspunkt i problemstillingen min utarbeidet jeg en del spørsmål knyttet til bruk av musikk og ulike musikkformater, og dette ga grunnlaget for en intervjuguide<sup>19</sup>. Denne brukte jeg som en ramme for intervjuet, slik at jeg fikk berørt og belyst alle de viktigste temaene jeg ville diskutere med informantene. Intervjuguiden virket strukturerende på samtalen, uten at den samtidig ble en tvangstrøye for dialogen, ettersom den styrte samtalen til en ”konversasjon med hensikt” (Widerberg 2001, Gentikow 2005: 88). For ikke å gå glipp av noe underveis, og for i ettertid å gjøre transkribering mulig, tok jeg opp intervjuene på mobiltelefon.

Jeg har i hovedsak basert mitt utvalg av informanter på et ønske om å få fram et bredt og nyansert materiale, og derfor søkt etter informanter som er informasjonsrike (ibid: 78). Jeg ønsket å få tak i informanter med relativt stor interesse for musikk, med engasjement, meninger og refleksjoner rundt eget bruk og forbruk av musikk. For ytterligere å belyse forskjeller på tvers av generasjoner, valgte jeg å dele informantene i aldergruppene 20 – 25 og 45 – 55. Hensikten i dette lå i å se om og hvor det forekom klare skiller i atferd og holdning mellom dem som hadde levd mesteparten av livet med fysiske medier, og dem som opplevde overgangen til digitale medier i en tidligere livsfase.

For å komme i kontakt med informantene valgte jeg å ta i bruk snøballmetoden. Denne metoden lot meg gå ut ifra noen kjente kontakter som jeg ba om å skaffe nye kontakter, som så satte meg i forbindelse med en ny informant (Gentikow 2005:80). Den eneste betingelsen jeg hadde var at informantene skulle være særskilt informasjonsrike og passe innenfor aldersrammene. På denne måten fikk jeg et tilfeldig og vilkårlig blandet utvalg. Jeg er klar over at mangel på kvinner i den eldste aldersgruppen utgjør en svakhet ved analysen, ettersom et mer kjønnsnøytralt utvalg sannsynligvis hadde gitt andre funn.

Jeg har valgt å gi informantene fiktive navn for å ivareta deres anonymitet, og når jeg siterer eller refererer fra intervjuene vil jeg bruke disse og deres alder for å personliggjøre dem noe:

---

<sup>19</sup> Se vedlegg 1



- Åsmund er 23 år og jobber i SFO samt driver enkeltmannsforetak.
- Åge er 25 år og jobber innen musikkmanagement og som bookingagent.
- Bjørn er 25 år og studerer musikkteknologi ved NTNU.
- Dorthe er 23 år studerer sosiologi ved Universitet i Oslo.
- Fredrik er 25 år og studerer digitale medier ved Universitetet i Oslo.
- Thor er 53 år og jobber som sivilingeniør innenfor data og IT.
- Linda er 25 år og jobber som barsjef.
- Ivar er 55 år og jobber som musikkterapeut.
- Jørn er 50 år og jobber som journalist for et nasjonalt selskap.
- Nils er 53 år og jobber i musikkforretning og gitarbutikk.

### **3.3) Pilotstudie**

Før jeg begynte innsamlingsperioden gjennomførte jeg fire pilotintervjuer, to med medstudenter og to med godt etablerte informanter, men med ulik livsbakgrunn. Pilotstudien fungerte godt med tanke på at jeg fikk prøvd ut intervjusituasjonen, gjort viktige endringer på intervjuguiden og testet og reflektert over min egen rolle i intervjusituasjonen. Jeg fikk også prøvd ut opptaket på mobiltelefon, og jeg fikk tatt tiden på intervjuene, som jeg planla skulle vare i mellom 30 og 45 minutter. Et av pilotintervjuene viste seg å være så relevant og informativt at jeg vil ta med visse utsagn fra dette med i oppgaven, i kapittel 4.

### **3.4) Intervjuet**

Intervjuene ble gjennomført i februar og mars 2010. Avtaler om tid og sted for intervjuene ble gjort individuelt med hver informant via telefon eller ved møter. Jeg gjennomførte aldri mer enn ett intervju per dag, både for å få notert ned inntrykk, og for å være så nøytral i sinnet som mulig til neste intervju. Jeg ønsket å møte informantene mine på et rolig sted for å unngå forstyrrelser og støynivå som kunne ødelegge for opptakene. Samtidig var jeg åpen for informantenes ønsker, derfor foregikk intervjuene enten på deres arbeidsplasser, grupperom på Institutt for medier og kommunikasjon, eller hjemme hos dem.

For å få mest mulig informasjon fra informantene har jeg brukt meg selv som middel i intervjusituasjonen. Jeg var bevisst på at slik jeg ter meg i rollen som intervjuer kunne ha innflytelse på det materialet jeg samlet inn. I tillegg var jeg opptatt av å skape et tillitsforhold til informantene, for å få en bedre flyt og åpenhet i samtalen om deres opplevelser med ulike musikkformater. Under intervjuene fokuserte jeg også på å være nøytral for ikke å påvirke informantens meninger i forhold til stilte spørsmål. Selv om jeg har fulgt intervjuguiden så har jeg ikke alltid stilt spørsmålene i oppgitte rekkefølge fordi samtalens flyt, og informantenes kunnskap og interesser for formatene var varierende. Denne fleksibiliteten var nødvendig og bidro til at hvert intervju ble unikt.

### **3.5) Etikk**

Den tyske sosiologen Max Weber påpekte i sin tid at all forskning blir til en viss grad påvirket av forskerens egne verdier, ettersom det er kun gjennom disse verdiene at visse problemer blir identifisert og studert på bestemte måter (Silverman 2005:257). Weber påpekte også at konklusjoner i større grad baserer seg på forskerens personlige moral og politiske synspunkt (ibid). Som musikkentusiast har mine egne holdninger og forhold til bruken av ulike musikkmedier derfor vært et viktig faremoment jeg har måttet være bevisst på i utformingen av forskningsdesign, intervjuguide, og ikke minst fortolkninger og analyseapparat.

I kvalitative studier der forskningsobjektet ofte er mennesker, hender det at forskeren støter på dilemmaet om hvor mye informasjon om forskningsmålet man kan gi til personen uten at det samtidig vil kunne påvirke innholdet i forskningsresultatene (ibid). Jeg har i denne forskningsprosessen sett dette problemet komme til syne i utformingen av intervjuguiden, der formuleringen av effektive og ”smarte” spørsmål har vist seg å være den største utfordringen. Jeg ønsket i så liten grad som mulig å stille ledende spørsmål, samtidig som at jeg ikke ville gi inntrykk av at det lå skjulte hensikter bak spørsmålene. Det slo meg også underveis i intervjuenes gang at oppgavens spennvidde og til tider komplekse tematikk kunne villedde informantene til å svare uten å vite rekkevidden av det de svarte på, noe som kan svekke validiteten, men også reliabiliteten til det empiriske materialet. *Reliabilitet* betyr pålitelighet og troverdighet og omhandler hvorvidt jeg som intervjuer har klart å kommunisere frem den riktige meningen i spørsmålsstillingene, og at jeg likeledes har forstått informantenes ytringer, og fortolker disse riktig (Gentikow 2005:57-59).

I forhold til anonymitet ble informantene opplyst om dette muntlig i både før og etterkant av intervjuet. Jeg presiserte også at deres bidrag med informasjon ikke kom til å bli brukt utenfor oppgavens rammer, og at all informasjon jeg måtte ha om dem ville bli slettet etter innlevering av oppgaven. Det virket lite nødvendig å gjøre disse formalitetene skriftlig, noe som vanligvis er et krav innen forskning av slik sort (Gentikow 2005:64), ettersom hver informant sa seg godt inneforstått med prosedyrene og hadde ingen betenkeligheter med å avgi svar under intervjuet.

### **3.6) Transkribering og behandling**

Etter hvert gjennomførte intervju skrev jeg ned et kort sammendrag av de viktigste utsagnene jeg umiddelbart kunne huske og laget en grov profil av informanten. Deretter hørte jeg igjennom opptakene og utvidet sammendraget til en kondensert transkripsjon. Å kondensere betyr i denne sammenhengen å fortette, å fjerne ”overflødig” stoff, altså at man sammenfatter noen mer spredte utsagn (Gentikow 2005:118). Jeg så det ikke som nødvendig å deretter utføre en fullstendig transkribering av hvert intervju slik lærebøkene anbefaler, ettersom flere deler av samtalen ikke dreide seg spesifikt om problemstillingen - de var heller nødvendig for samtals etablering og utvikling, og for å danne et mer generelt bilde av informanten. Likevel ble større deler av hvert intervju avskrevet i full detalj. Det materialet jeg anså som relevant, eller i det minste med et visst potensial, ble knyttet opp mot temakategorier jeg hadde satt i en matrise. Flere utsagn var ofte overlappende i forhold til disse kategoriene, uten at det nødvendigvis var en svakhet, snarere tvert i mot, det kunne være med på å belyse de samme problemstillingene fra forskjellige perspektiver.

Kvale sier at ”det ordrett transkriberte muntlige språket kan fremstå som usammenhengende og forvirrende tale, og også som indikasjon på svakt intellektuelt nivå” (1997:106). Jeg har derfor valgt å normalisere og ”skriftliggjøre” språket til informantene. Dette innebærer at sitater har blitt retusjert for fyllord, nøling, gjentakelser, slangord (med visse unntak for ikke å utvanne meningen), mumling, ufullstendige setninger, pauser og lignende, fordi jeg mener dette ikke har noe å si for undersøkelsens problemstillinger og fokus, og fordi det gjør det lettere for leseren å forstå innholdet i utsagnene. Jeg har også valgt å skrive ut informantens uttalelser på bokmål, selv om enkelte av dem hadde dialekter, både fordi jeg mener at dialektene ikke har betydning for det faktiske innholdet i intervjuene, og fordi det bidrar med å ivareta informantens anonymitet.

### 3.7) Analysen

Gjennom alle deler av arbeidsprosessen har undersøkelsen vært temasentrert. De tre viktigste og mest konstante temaene er brukerens eierforhold til musikk, hans/hennes lyttermåter og konsekvensene av tilgjengelighet. Innenfor dette har likheter og ulikheter mellom taktile og digitale medier vært en følgetråd. Disse temaene har dannet kjernen i oppgaven og har vært grunnlaget for kapittel 4, 5, og 6. Innenfor disse har jeg igjen delt opp i mindre emner som utdyper hovedtemaene.

Innenfor temasentrert tilnærming er det hensiktsmessig å dele analysen inn i en beskrivende og en tolkende fase (Gentikow 2005:122-123). Denne fremgangsmåten benyttet jeg i første omgang ved å legge de transkriberte svarene fra informantene inn i et excel regneark, hvor temaene var plassert i radene og informantene i kolonnene. Dette regnearket er lite egnet for presentasjon i besvarelsen, men var hensiktsmessig på den måten at det lot meg sortere og vurdere materialet. På grunnlag av dette lagde jeg en fortolkende matrise<sup>20</sup> der jeg erstattet eller supplerte informantenes utsagn med mine egne kommentarer. Videre ble dataene gjennomgått med fokus på den enkelte informant og vedkommendes uttalelser om de ulike temaer. Tilsvarende ble oppgavens temaer gjennomgått samlet for alle informantene. På bakgrunn av denne analysen hentet jeg frem interessante funn og brukte dette som forklaring og belysende tekst i studien. Slik jeg arbeidet med matrisene har jeg i så stor grad som mulig forsøkt å holde de unge og de eldre adskilt for å på den måten få frem forskjellene i deres forhold til taktile og digitale medier. Selv om det på noen områder i analysen ikke har vært mulig å påvise signifikante forskjeller mellom aldersgruppene, så har inndelingen jeg valgte, flere ganger vist seg fruktbar. Underveis i intervjuene kom det ofte flere nye interessante aspekter som jeg ikke hadde tenkt på tidligere, som var en berikelse for oppgaven. Ved å trekke frem informantenes refleksjoner som stod utenfor mine forhåndsdefinerte føringer for intervjuene, fant jeg andre sider ved interessefeltet som var viktige å få med i besvarelsen.

Undersøkelsen min vil ikke være etterprøvbart siden den er kontekstbasert. Intervjuene vil ikke bli identiske om jeg hadde gjort dem en gang til. I samtaleens dynamiske forløp vil ord og uttrykk bli forandret og andre nyanser og meninger kan bli vektlagt. Likevel kan jeg gå ut fra at

---

<sup>20</sup> Se vedlegg 2

informasjonen er tilfredsstillende valid, fordi opplysningene fra informantene, etter alt å dømme, er nokså konstante, uavhengig av vinkling (Gentikow 2005:58). Som tidligere påpekt har kun mannlige informanter til gruppen 50-55 år satt sitt preg på resultatene, men uten at jeg dermed konkluderer at funnene er uriktige.

## **DEL 2: EMPIRI OG ANALYSE**

Hittil har jeg introdusert leseren for de mest populære musikkformatene og belyst forskjeller mellom de tradisjonelle ”pre-internett” formatene og de seneste digitale. For å besvare oppgavens problemstilling om hvilke egenskaper ved musikkformatene som genererer verdi for musikkbrukeren, vil jeg i de neste kapitlene ta utgangspunkt i mitt empiriske forskningsmateriale og trekke inn ulike teoretiske perspektiver.

### **4. EIERSKAP**

Som første kapittel i den empiriske delen av oppgaven vil jeg ta for meg musikkbrukeres forhold til musikk og musikkformater sett i lys av eierskap. Eierskap er et komplekst fenomen som historisk sett dekker over mange forskjellige aspekter når det blir satt i sammenheng med musikk<sup>21</sup>. Det vil her bli fokusert på flere av disse aspektene; samling på musikk, identitet og kjøp versus gratis nedlasting. Jeg ser på eierskap som et viktig ledd i besvarelsen av problemstillingen ettersom de ovennevnte aspektene er, alle på hver sin måte, verdier ved musikk som forbrukerprodukt.

#### **4.1) Verdi av eierskap**

For å kunne besvare problemstillingen min så nyansert som mulig valgte jeg, som ett av flere delmål, å identifisere forskjeller på musikkbrukeres eierskapsforhold til musikk og viktigheten til musikkeierskap generelt. Er det for eksempel mulig å se en endring på tvers av generasjonene der de yngre musikklytterne, som i en større del av livet har blitt eksponert for gratis, musikkfiler, ikke har samme eierskapsbehov til musikk som de i den eldre garde? Eller er selvidentifiseringen med musikken man lytter til kanskje så sterk at kun besittelse av et fysisk bevis på ”hvem man er” er godt nok, uavhengig av teknologiske tidsepoker og alder?

---

<sup>21</sup> Se kapittel 6.2 om myten om musikk som eiendom.

#### 4.1.1) Eierskap og lytteropplevelse

Et vanskelig, men likevel viktig spørsmål jeg ba alle informantene mine svare på, var om hvorvidt *lytteropplevelsen* ble annerledes når de eide musikken enn når de ikke eide den. Jeg ønsket å avdekke deres holdning til sammenhengen mellom eierskapet og nytelsen av musikkproduktet (det formatet de følte seg mest fortrolige med), om eierskap betydde mer enn bare det å være i besittelse av produktet. Her var det stor spredning i svarene, ettersom ulike tilleggselementer ble vektlagt. Enkelte som var overbevist om at opplevelsen de fikk av å lytte til et album de hadde kjøpt var bedre enn et de ikke eide, tok utgangspunkt i moralske verdier:

”Lytteropplevelsen kan jo være annerledes når jeg eier skiva. Du støtter jo bandet ved å betale for skiva. (...) Jeg føler jeg har gjort meg mer fortjent til å høre på det. For det er jo kunsten til en eller annen person som du hører på. Det er en mer moralsk riktig måte å gjøre det på, synes jeg da” (Åsmund 23).

Andre så lytteropplevelsen under eierskap som bedre på grunn av de sosiale kvalitetene dette tilførte:

”Det er fordi det er musikk som man selv har lyst til å introdusere til venner man har. Når man setter på musikken så kanskje bryter man inn og sier 'hør nå, hør nå, hør på dette refrenget her eller dette riffet her', ikke sant, du blir opptatt av det, du lever deg litt mer inn i musikken” (Thor 53).

”Hvis jeg hadde oppdaget noe nytt som alle [vennene som er bevisst på musikk] likte veldig godt, så hadde jeg sikkert følt det som creds til meg” (Linda 25).

Dette impliserer at eierskap til et musikkprodukt fører til et sterkere bånd mellom lytteren og musikken, at man blir ekspert på det man lytter til og ønsker å formidle det videre til andre. I tillegg kan eierskap av musikkprodukter som andre ikke eier maken til frembringe følelsen av å skille seg ut som forbruker:

”Jeg foretrekker å eie musikk jeg hører på, og i enda større grad hvis det er snakk om litt sjeldne ting (...) Hvis det er ting som ikke alle har hørt, altså, har du en CD som sannsynligvis ikke andre har i CD hylla så gir det en følelse av å eie noe unikt. (...) Det er ett eller annet med at når man eier det, så føles det bare bedre” (Bjørn 25).

Samtidig var det informanter fra begge aldersgruppene som ikke følte at eierskap hadde noen innflytelse på lytteropplevelsen:

”Nei, jeg tror ikke det. Hvis jeg først liker noe veldig godt, så liker jeg det uansett” (Dorthe 23).

”Det spiller ingen rolle. Det har jeg ingen forhold til. Det er helt uinteressert for meg. Jeg har aldri vært opptatt av å eie. Jeg får ikke et sånt eierforhold til ting. Eierforhold er ikke et begrep som er i min verden.” (Ivar 55).

Svarene mine informanter har avgitt gir ingen indikasjoner på at det er generasjonsforskjeller i synet på eierskap og lytteropplevelse.

#### ***4.1.2) Eierskap på tvers av musikkformater***

Thor (53) berørte et interessant aspekt ved eierskap til musikkprodukter, nemlig at det er selve musikkformatene som har noe å si for viktigheten med eierskap. I en erindring om musikkbruk og praksis i hans ungdomsår kommer det frem at vinylplaten var en mer verdifull gjenstand å eie enn magnetbåndkassetten:

”Når man hadde vært hos en kompis og hørt en LP som man likte godt, så dro man og kjøpte den. Det å ha sin egen versjon av den var viktig. Etter hvert som kassettpilleren kom, så tror jeg likevel det var de færreste av oss den gangen som kopierte musikk som vi likte. Den kjøpte vi. Det vi kopierte var festmusikk. (...) Det man kjøpte av vinyl hadde mye større verdi. Der fikk du mer følelse av at det var din musikk, mens kassetten ble slengt for lenge siden og hadde ingen sånn verdi. Det er forskjell på å kjøpe en pocketbok og en bok du vil ha i bokhylla”. (Thor 53)

Kan dette være et bilde på dagens forhold mellom musikkfiler på nett og CD-er? At man med en kjøpt CD får en følelse av at ”det er din musikk”, mens nettfiler, som uten stor anstrengelse er mulige å få tak i gratis, tilsvarer en pocketbok som man egentlig ikke har lyst til å ha i bokhylla?

En vanlig praksis blant unge musikkbrukere å ta i bruk gratis (som oftest ulovlige) nedlastingsprogrammer til utforskning og nedlasting av musikkfiler, for deretter å kjøpe det man liker i fysisk format (hovedsakelig CD, men også LP), en såkalt ”try-before-you-buy” metode. Dette bekrefter også Wenche Nag i sin artikkel om musikkpraksis (Nag 2010). Av mine informanter er Bjørn et godt eksempel på dette, fordi han sletter nedlastede låter han ikke liker umiddelbart etter å ha hørt dem, men også de han liker, dog først etter å ha kjøpt CD-en og deretter overført (rippet) sangene over på PC-en.

”Det er ikke noe poeng i å ha harddisken full av låter man ikke liker eller vil høre på. De tar jo bare opp unødvendig med plass” (Bjørn 25).

For enkelte har overflødige datafiler tydeligvis ikke samme verdi som det CD-er har. Denne tendensen samsvarer med Andersons påstand om at forbrukere ikke verdsetter digitale bits i like stor grad som fysiske produkter (Anderson 2009). På bakgrunn av dette kan det være rimelig å påstå at eierskap som verdielement ved musikk har mistet noe av sin legitimitet i den digitale sfæren.



## 4.2) Samling på musikk

"I don't have that big a collection. I've had more records in the past, and things happen, you don't always get to keep hold of all your possessions. You can get a little neurotic about the actual possession of objects - it's whether it's in your heart. I've never been too bothered about the rarity of a particular label or record as long as I could hear the music. Although some of the records invoke memories; like an album I picked up from my father when he was playing with a band. It's wonderful that I actually have that record."

(Elvis Costello i The Big Issue Magazine, (Rogers 1997))

En konsekvens av eierskap synliggjøres tydelig i et annet verdiaspekt ved musikk: samling. For mange musikkentusiaster vil en musikksamling ha en unik verdi - den er ofte et speilbilde på hvem de er, hvor de har vært eller ønsker å være, og hvilke drømmer og minner de har (Garnar 2008). Som et ledd i utforskningen av egenskaper som musikkbrukere verdsetter ved de ulike musikkformatene, ser jeg det derfor som relevant å undersøke deres forhold til det å samle på musikk. Det er spesielt i lys av den historiske overgangen fra taktile til immaterielle musikkmedier at mulige endringer i musikkbrukeres forhold til samling av musikk blir å spore opp.

Samtlige av informantene mine vedkjente at de hadde en musikksamling i en eller annen form. Enkelte kviet seg litt med å bruke begrepet "samling" ettersom det assosierte til for eksempel "sære hobbysamlere med flere tusen eksemplarer av obskure LP plater" – en beskrivelse som ikke er dekkende for noen av dem. Selv om ingen (med et unntak jeg kommer tilbake til senere) skilte seg nevneverdig ut med tanke på musikkmengde og format, kom det likevel flere interessante utsagn om deres musikksamling og samling som fenomen.

Universitetsstudenten Kristoffer (25) var en av de fire informantene jeg brukte til pilotintervju. Han sa han samler på musikk i CD-format og holder samlingen godt synlig i stua hjemme. Han forklarer at hensikten med dette er å skape en identifisering av personligheten sin med musikken. "Livsstil", "lidenskap", "imagebygging" er ord han bruker på å beskrive årsakene til musikksamlingen sin. Ved siden av studiene spiller Kristoffer også i band, og mener at en stadig tilførsel av nye musikk CD-er til samlingen er en naturlig del av tilværelsen. Flere har hatt liknende ytringer:

"Det bunner vel i en slags genuin interesse for musikk generelt." Åge (25)

"Jeg prøver å unngå å samle sånn for samlingens skyld. Men en blir jo litt sånn småmanisk da." (Bjarne 25)

Bjarne har de siste fem årene fått vekket interessen sin for LP-formatet, og har begynt å kjøpe musikk på vinyl. Det er en kjent sak i populærkulturen at vinylentusiaster har et spesielt forhold til det å samle på musikk<sup>22</sup>. Bjarne forteller at han verken kjøpte eller samlet på musikk før han ble tilhenger av LP-en og at han nå er mer aktiv i oppsøkingen av musikk.

#### **4.2.1) Samling i lyset av faglige betraktninger**

Å samle på musikk er en beskjeftigelse som ikke fantes før i begynnelsen av forrige århundre. Musikk hadde tross alt frem til da ikke vært ansett av den brede forbrukermassen som et materielt objekt, ei heller som kommodifisert vare. Dette skulle brått endre seg da fonografselskapet Victor i 1906 introduserte Victrola, den første fonografen designet som et møbel. Samme år begynte en-spors grammofonplater med italienske operatenorer å fange publikums interesse. Disse platene og Victrola fonografen ble solgt til en så høy pris at kun de mest velstående av borgerne kunne ta seg råd til å skaffe seg dem. En samling av Red Seal<sup>23</sup> plater etablerte således en person som en med både smak og velstand (Eisenberg 2005:13).

Walter Benjamin argumenterer for at er det allikevel er *forholdet* til eiendommen og ikke selve samlingens omfang eller finansielle verdi som definerer en samlers status. Å samle er like mye å definere sitt selv ut ifra sine eiendeler som gjennom dem. Det handler ikke om at en samler's eiendeler "come alive in him", men at "it is he who lives in them" (Benjamin 1968:67).

I sin kvalitative studie av CD samlere og samlingens betydning resonnerer Dr. Jay Hodgson fra Universitet i Alberta seg frem til en relativt bred definisjon på samlere. En samler er "anyone who acquires CD's and makes public and/or private use of them" (Hodgson 2002). Slike samlere tilegner seg CD-er ved å følge et flytende system av subjektiv preferanse og nytelse, og deres samlinger blir til fordi opptaksteknologien skaper et objekt (dog ikke nødvendigvis et materielt) av hver innspilling. Jeg velger å følge Dr. Hodgsons definisjon på en samler ettersom den ikke skiller mennesker på noe annen måte enn at de anskaffer seg CD-er (selv om jeg er interessert i alle typer formater fra LP-er til streaming), og at den - i likhet med Walter Benjamins fokus på forholdet til samlingen - inkorporerer *bruk* som et sentralt aspekt. Et annet interessant element

---

<sup>22</sup> I Nick Hornby's *High Fidelity* fra 1995 og filmen med samme navn (2000), blir særdeles høy vinylinteresse beskrevet som en avhengighet på lik linje med narkotika.

<sup>23</sup> Datterselskap av Victor som senere, etter å ha blitt kjøpt opp av Radio Corporation of America ble hetende RCA Victor Records.

ved definisjonen til Hodgson er *tilegning* av musikk. Hvordan folk tilegner seg musikk, hvilken fremgangsmåte de tar i bruk, kan også si noe om musikkbrukerens kjennskap til markedet og deres digitale kompetanse. Måtene å skaffe seg musikk på har, som følge av etableringen av mye ny teknologi de siste årene, blitt mangfoldige<sup>24</sup>.

Aktiv bruk av samlingen er noe alle informantene mine, uavhengig av aldersgruppe, hadde til felles. De som hadde en substansiell mengde CD-er hjemme hadde dette som følge av systematisk kumulasjon etter mange års kjøp, kopiering seg i mellom eller gaveutveksling. Flere holdt samlingen godt synlig av mer praktiske fremfor estetiske årsaker:

”Jeg har den fortsatt godt synlig. Ikke for at den skal være godt synlig, men lett tilgjengelig. (...) Jeg har den i alfabetisk rekkefølge og også i genre” (Åsmund 23).

Bjørn snakket varmt om samlingen sin, som bestod av CD-er han hadde oppsamlet helt siden barndommen:

”Det er musikk jeg har et forhold til. Som oftest er det musikk jeg synes er bra, men det kan også være musikk jeg har minner til eller et forhold til fra ti år siden, ungdomsskolen og slikt. Så det er ikke sikkert jeg synes det er så veldig bra nå, men jeg har det i CD hylla og så kan jeg ta det frem en og annen gang og så får jeg minner til det.”(Bjørn 25)

Bjørn kan i likhet med mange av de andre informantene definere seg selv ut ifra musikkksamlingen som *gjennom* den – deres mange livsopplevelser er ofte knyttet mot en spesiell CD og ved å lytte på deler av samlingen gjenoppveksles minner og identitet bekreftes. Å holde samlingen godt synlig gjør det også lett å finne frem til de skivene de har lyst til å høre på.

#### **4.2.2) En samlers behov**

Men dersom det faktisk er de praktiske årsakene som tilgjengelighet, som er den viktigste grunnen til at folk samler på musikk, oppstår det følgelig et paradoks - siden vi nå lever i en tid hvor streaming snart gjør musikk like lett tilgjengelig som vann: skru på krana og forsyn deg av strømmen (Kusek & Leonhard 2005). Det er derfor grunn til å se nærmere på *hvorfor* en samler på musikk?

”Det er stas å ha det i hylla. Det er vanskelig å svare på ’hvorfor?’, men jeg blir glad når jeg ser musikken min, når jeg leter i hylla mi etter en CD og setter på, det er litt morsomt.” (Linda 25)

---

<sup>24</sup> Se kapittel 6.1.3.

Samling og organisering av spesifikke artefakter kan i dag skyldes flere ulike grunner. Tidligere musikkspaltist for tidsskriftet *The Nation* og kulturteoretiker Evan Eisenberg foreslår i sin kritikerroste bok *The Recording Angel* (2005) fem behov som grunner til hvorfor folk samler på kulturelle objekter:

1. Behovet for å foreviggjøre estetisk skjønnhet og nytelse. Gjennom livet passerer man vakre bilder og lyder, og i frykt av at de ikke kommer igjen streber man etter å holde fast ved dem. I følge Eisenberg indikerer dette en mangel på tillit til verden, en mistillit som går helt tilbake til antikken, som er med på å forklare hvorfor grekerne lagde og bevarte så mye kunst. Man tvilte på om det nye kunne bli like enestående som det gamle. For privatpersoner i moderne tid dreier det seg mindre om bevaring for fremtidige generasjoners skyld, heller om ens eget liv og identitet (Eisenberg 2005:14).
2. Behovet for å erkjenne og forstå skjønnhet. Eisenberg påpeker at skjønnhet har en intellektuell side ved seg, og under utforskning av skjønnhet er det naturlig at flere sanser, som for eksempel berøring, må slippes til for å styrke denne forståelsen. Å eie et fysisk musikkalbum gjør det dermed mulig å studere verket gjentatte ganger når hen man måtte ønske. Det gjelder likevel å kunne skille mellom eierskap og ekspertise.
3. Behovet for å skille seg ut som forbruker. Dette behovet kan sees fra flere utgangspunkt. Det ene er ut fra den norske sosiologen Torstein Veblen's observasjon av 19 hundretallets voksende fritidsklasse - bestående av velstående borgere av den ikke-industrielle delen av befolkningen - som med sitt prangende forbruk demonstrerte og opprettholdt sin identitet og status i samfunnet (Edwards 2000:25-26). Hos mange kan dette falle under begrepet snobberi. Eisenberg's utgangspunkt ligger i en enda eldre modell. Han beskriver det heroiske i forbrukeren som må forsere en mengde hinder i jakten på trofeet (Eisenberg 2005: 15). Fangsten er her annenrangs i forhold til selve jakten, ettersom det er historien til artefakten, hvilke mennesker som har vært i kontakt med den, hvilke offer som ble gjort for å vinne den, som gir den verdi.
4. Behovet for tilhørighet. Hvis ansett som en følelse, kan dette behovet også bli kalt nostalgi. Dersom man har nostalgi for en tid man har levd i, eller ønsker man hadde levd i, forsikrer Eisenberg at kulturelle objekter kan virke lindrende. Hver kulturelle artefakt binder dens eier til to tidsperioder: tiden da artefakten ble skapt og da den ble anskaffet. Disse tidsepokene kan være flere tiår fra hverandre, men møtes likevel under eierens

beskuelse av artefakten. Ved gruppetilhørighet finner en, spesielt hos de unge, strenge krav om hva som er akseptabelt å eie (Nag 2010:50).

5. Behovet for å imponere andre, eller seg selv. Dette kan være så enkelt som likegyldig snobberi, eller fungere som en livseliksir for de intellektuelle. Eisenberg spør seg om hvor mange boksamlere som faktisk bryr seg om ordene og ideene fremfor skrifttypen, lukten av blekk eller gammelt papir, eller andre estetiske pirringer en finner ved gamle bøker. Hans poeng er at man kan ha en dyp kjærlighet for kultur uten at man er noe nevneverdig interessert i den. En slik kjærlighet er tilsvarende for tilfredsstillelsen av å eie musikk fremfor å lytte til den.

Som en utilsiktet oppsummering på Eisenbergs punkter om samleres motivasjoner skriver Katz at ”Collecting is about the thrill of the hunt, the accumulation of expertise, the display of wealth, the synesthetic allure of touching and seeing sound, the creation of cataloging in memories, and the pleasures (and dangers) of ritual” (Katz 2004:11).

#### **4.2.3) Materiell samling**

”Jeg liker å holde det og jeg liker å eie det” (Åsmund 23).

I sin beretning om mennesker med lidenskapelig forhold til fonogrammer forklarer Katz at samlermani har en direkte sammenheng med den materielle siden ved innspilt musikk. Dette er fordi mange samlere finner de fysiske artefaktene mer meningsfulle enn selve musikken musikkmediet avgir (Katz 2004: 11). Wenche Nag har studert norske musikkbrukere, og hennes informanter fortalte blant annet at i tillegg til å sette pris på det fysiske omslaget med visuell kunst og tekster, la de også vekt på cd-ens *affeksjons-* eller *samlerverdi*, direkte tilknyttet til dens fysiske aura (Nag 2010). Filosofilektor ved Clemson University, Andrew Wells Garnar, beskriver dette som en materiell praksis:

”Along with the pleasures of listening to music, there’s a peculiar pleasure of owning the artefact and the duties that come with it. [...] Every part of the practice goes beyond the binary code burned into the disc and involves a material relationship between myself, the CD, and ultimately the entire collection altogether” (Garnar 2008: 31).

Selv om det for de fleste musikkinteresserte oftest er selve musikken på CD-en som frembringer minner og er kjernen til nostalgi, argumenterer Garnar for at det også er en uavbrutt assosiasjon mellom en spesifikk CD og hendelser fra fortiden: en gave, en dårlig dag, reise – og hva CD-en

betydde i den konteksten. Den unike artefakten er med på å gjøre minnet komplett. Dermed vil intet annet eksemplar enn nettopp dette ene være i stand til å frembringe samme følelser og tanker, ergo generere verdi for brukeren (Garnar 2008).

En praksis som gikk igjen hos samtlige av informantene i aldersgruppen 20 – 25 år, men også de fleste av de mellom 50 og 55 år, var å rippe musikk fra CD til PC. Dette skyldes blant annet at PC-en fungerer ofte som et mellomledd i overføringen til MP3-spillere.

”... det er noen CD-er jeg skulle overføre til MP3-spiller og da må jeg ha de på PC-en først. Og også hvis det er noe musikk som jeg ikke har, som andre vil dele med meg, så har jeg lagret det på PC-en på grunn av det” (Dorthe 23).

Som følge av dette er mye av CD-ens bruksverdi blitt gradvis redusert til estetisk objekt for selvpresentasjon, ettersom musikken som blir lyttet til i større grad kommer enten fra PC-en eller fra mobile MP3-spillere – medier som ved flere situasjoner er mer praktiske enn CD-en. I tillegg til å være estetisk samlingsobjekt blir CD-en (med coveret) det fysiske beviset på at musikken man hører på er kjøpt – en slags synlig kvittering på handelen og et bevis på dedikasjon.

Åge (25), som har LP som foretrukket lyttermedium i hjemmet, påpeker at også vekten av LP platen gir en følelse av at den er noe verdifullt. Vekt og masse forsterker den taktile sensasjonen. Eisenberg beskriver forskjellen mellom egenskapene til LP-en og CD-en som gjør dem til samleverdige objekter, med fokus på det materielle:

”Two things made the LP especially thingly: its mangy, battle-scarred body (which gave it an ‘aura’, in Benjamin’s sense), and its big, visible, fetishable cover art. The CD has neither. For most part, any copy of a given CD is interchangeable with any other. Ideally, it is nothing more than the information it holds” (Eisenberg 2005:212).

LP-en, mener han, er et mer samlerverdig objekt på grunn av at den ikke er kopierbar i samme grad CD-en er det, og dermed blir den mer unik for eieren (som beskrevet av Kelly i kapittel 2.3 mister produkter verdi jo mer kopierbare de er). I tillegg gjør dens fysiske dimensjoner den mer taktil. Samtidig erkjenner han at fra et økologisk og økonomisk synspunkt forblir CD-en unektelig materiell ettersom den er laget av petrokjemikalier, og med coverets dimensjoner (som tross alt er tykkere enn en LP) kan en samling like godt ende opp med å ta like mye plass som dens forgjengere. Den er fabrikkert, markedsført i platebutikker, kjøpt og betalt for, tatt med hjem og satt i hylla – alle variabler som er med på å forsterke auraen av tinglighet ved CD-en som produkt (Eisenberg 2004: 213).

#### ***4.2.4) Digital samling***

I likhet med Katz og Eisenberg påpeker også McCourt hvor emosjonelt tilknyttet vi, som musikkonsumenter, er det visuelle og taktile aspektet ved musikken vi kjøper. Det er derfor mer tilfredsstillende å bla igjennom en LP samling enn i en CD kolleksjon: ”The medium’s [CD] size limits its visual appeal, and the plastic of the jewel box degrades the tactile sensation”(McCourt 2005:250).

Et spesielt kjennetegn ved digitale lydfiler er deres fullstendige mangel på håndgripelighet. De er dermed ikke i stand til å kunne frembringe de samme følelsene hos forbrukeren som sine taktile motstykker. ”They [digitalfiler] are just data, metadata, and a thumbnail, and therefore emotionally less valuable than a medium you can hold in your hands” (ibid). En skulle dermed tro at jakt og samling på musikk avtar idet musikken manifesteres i et medium som ikke lenger er håndgripelig. McCourt hevder imidlertid at mangelen på det materielle aspektet i digitale filer paradoksalt nok hever vår eierskapssans for musikk (McCourt 2005:250). I tillegg styrkes vårt begjær etter å samle på musikk og etter å dele den med hverandre på nye måter. Han argumenterer for at eierskap av digitale musikkfiler faktisk gir en mer intens og intim opplevelse enn eie av fysiske musikkmedier (ibid). Dette mener han baserer seg på tre former for begjær hos den moderne forbrukeren.

- Begjær etter komprimering

Digital musikk appellerer til samlere på grunn av muligheten til å lagre musikk i store kvanta på små enheter som iPod og andre MP3-spillere. Den begrensede lyd kvaliteten på MP3 og lignende filformater har, i dette tilfellet, liten betydning for forbrukeren.

- Begjær etter umiddelbarhet

Både tilegning og organisering av filer uten betydelig innsats og minimalt tidsbruk endrer den helhetlige lytteropplevelsen. Mengden musikk man har på harddisken gjør det mulig å umiddelbart manipulere lydbildet i hverdagen etter eget ønske. Hastighet har således, som i så mange andre områder i samfunnet, blitt en ny fetisj for musikkforbrukere.

- Begjær etter personlig innretning

Digitale verktøy, fri for fysiske rammer, tillater brukeren å lage egne spillelister og egne mikser av sanger på en enklere og mer effektiv måte enn noen gang tidligere.

Fredrik var av mine informanter den som skilte seg klart ut hva digital samling angikk. Som ungdom var han tidlig ute med å laste ned og dele filer på lokale nettverk, lenge før Napster ble allmennkjent. Etter tid bygget han opp en digital samling på flere hundre gigabyte, som ble lagret på hjemmeservere og diverse harddisker. Det viser seg at mangel på håndgripelighet i mediet ikke svekket behovet for å organisere, strukturere og gi samlingen et estetisk preg av ”ryddighet”, snarere tvert i mot:

”Jeg var veldig kresen på å legge hele driten inn på iTunes som legger alt inn i sitt eget bibliotek, mens jeg er liksom vant til at alt ligger i mappen med riktig Scene release<sup>25</sup>, altså at det er de som har gitt den ut og alt står der. Så ting jeg samler på står riktig i et arkiv liksom. Mens det jeg hører på maskinen er bare random. Og det ser jeg på som lavere kvalitet selv om det sikkert høres like fint ut” (Fredrik 25).

Selve samlingen har i dette tilfellet en egen estetisk verdi som ikke nødvendigvis har noe med musikkinteresse å gjøre – Fredrik organiserer møysommelig de mange gigabytene med musikkfiler og deres metadata, men hører ikke på dem. En kan her trekke paralleller til det femte punktet av Eisenbergs behovsteori hvor det bruksorienterte forholdet til samlerobjektet opphører og kun eierskapet av/og mengden i seg selv blir verdifullt. Her oppstår også et merkbart brudd med Benjamins fokus på bruken av samling, og det å leve ”gjennom” den. Fredriks forhold til musikkfilene er av platonisk karakter, og kun tilfeldige filer som ikke er en del av samlingen blir brukt til lytting, hovedsakelig i form av bakgrunnsmusikk til andre aktiviteter.

#### **4.2.5) *Har McCourt rett?***

På tross av flere argumenter som omhandler nye begjær hos brukere av digital musikk, er jeg likevel i tvil om digitale filer hever vår eierskapsans for musikk, slik McCourt hevder; særlig fordi påstanden virker å ikke ha noe konkret empirisk grunnlag. At bruksmulighetene, som han fremhever, endres radikalt i overgangen fra fysiske til digitaliserte medier, er det liten grunn å betvile, ettersom brukergrensesnittet i de forskjellige mediene er så ulikt. At brukergrensesnittet er ulikt gjør også at relasjonen til musikk-samlingen blir annerledes, men ikke nødvendigvis forsterkende hva eierforhold angår. Andrew Garnar påpeker dette; at ved et nedlastet album er alt innhold mediert gjennom MP3-spilleren eller PC-en, og at dette aldri vil kunne erstatte den materielle relasjonen med en fysisk musikk-samling.

---

<sup>25</sup> Warez scenen, eller bare The Scene er et globalt, elitistisk undergrunnsnettverk bestående av alt fra unge gutter til høyt posisjonerte IT-sjefer, hvis hobby er å konkurrere om å lage de beste piratkopiene i verden, og spre dem raskest mulig ut i det eksklusive miljøet i Scenen. Stadige lekkasjer gjør imidlertid at disse kopiene finner veien ut til åpne sider, som for eksempel The Pirate Bay (SVTplay 2010).



”With the artifact, I can take it with me, touch, hold it, shelve it in whatever way, read the liner notes anywhere without having to worry about the interface. If I do so with iMedia on my iPod, I have to worry over the amount of charge on the battery, making the size readable and the like. In essence, iMedia cannot replicate these various material relations totally (...)” (Garnar 2008:33).

Barry Brown og Abigail Sellen (2006) viser i sin kvalitative studie av musikkdeling av taktile og digitale medier blant britiske musikkentusiaster at samtlige av deres 36 informanter anså en samling av digitale filer som mindreverdig til fordel for en samling taktile medier (Brown og Sellen 2006:47). Til og med de ivrigste MP3 brukerne var negative til ideen om å samle digitalt fremfor taktilt. Dette antyder at fysiske objekter er bedre egnet for samling og at digitale filer, som til tross sine mange kvaliteter som gir brukeren nye måter å interagere med musikken på, ikke kan sidestilles med det å ha for eksempel en godt synlig platesamling i stuen sin.

Jeg ser det fremkomme fra flere kanaler – majoriteten av mine informanter, informanter fra andre studier, Kellys betraktninger på kopioverfloden på nettet, tall over filoverføringer på diverse P2P nettverk - at immaterielle, kopierbare, manipulerbare digitale koder simpelthen ikke er konkrete nok til at et eierskapsforhold til musikk kan vokse seg like sterkt som når musikken er gravert eller brent inn i et fysisk objekt. Noen av konsekvensene av dette er mulig spore i nettopp den enorme mengden fildeling på nettet det siste tiåret.<sup>26</sup> Ved å forkaste det materielle forsvinner også det unike ved musikkproduktet, og deling av elektroniske bits blir like lett og naturlig som å dele strøm. Et grunnleggende problem, som for øvrig skal bli drøftet mer mot slutten av denne avhandlingen, er at de elektroniske bitsene ble til i første omgang som følge av en persons ide - et åndsverk som krever sin fulle rett til anerkjennelse. Ironisk nok påpeker også McCourt selv at mye av grunnen til ulovlig nedlasting skyldes brukernes mangel på erkjennelse av åndsverk i digitale musikkfiler: “Diminished or nonexistent physical property undermines the notion of intellectual property – hence the widespread illicit copying of software and public support of file sharing“ (McCourt 2005:250). Jeg mener derfor at det er feil å påstå at eierskapsforholdet til musikk forsterkes når musikken frigjøres fra det fysiske formatet.

Erkjennelsen av åndsverk i fysiske formater overfor digitale filer viser seg dessuten å være proporsjonalt med interessen for musikk/artist. Fredrik er igjen et godt eksempel her. Han er fan

---

<sup>26</sup> Innen 2003 ble det anslått at det bare i USA ble lastet ned ca to milliarder musikkfiler i måneden (Kot 2009:42-43).

av genreblenderbandet N.E.R.D. og i motsetningen til bortimot all musikk han besitter, velger han å kjøpe CD-ene deres fremfor å laste dem gratis ned fra nettet.

”Jeg kjøper kanskje en CD i året. Nå er det mest N.E.R.D. jeg kjøper når albumene kommer. Da føler jeg liksom at jeg må støtte dem. Være litt loyelig av og til” (Fredrik 25).

Denne preferansen for å kjøpe et fysisk musikkprodukt når man anerkjenner/likes artisten er, som tidligere nevnt, en fellesfaktor ved alle informantene mine, uansett alder. For Fredriks del handler det også om en holdningsendring i forhold til de etiske aspektene ved ulovlig nedlasting:

”Det er derfor jeg henter ned mye mindre nå og heller bruker Spotify. Og jeg oppdaterer aldri playlisten på iPoden. Så jeg har fått litt mer samvittighet over årene, da. Og de fleste som holdt på med det jeg holdt på med, gjør det samme. Mange av de har nå godt tilbake og kjøpt alt sammen. De kjøper det som er bra, da. Sånn som nå, når jeg skulle kjøpe det siste N.E.R.D. albumet, så henta jeg det ned først og hørte på det, og så gikk jeg og kjøpte det” (Fredrik 25).

#### **4.2.6) Samling som identitet og selvrepresentasjon**

Flere kultur-og musikkforskere har beskrevet sammenhengen mellom musikk og identitet, formingen av sådan, og etableringen av sosiale grupper med utgangspunkt i felles interesse for en type musikkgenre (Frith and Goodwin 1990, Ruud 1997). Flere av informantene syntes at musikkensamlingen deres er en forlengelse av dem selv, en del av deres identitet.

”Føler liksom at når den står der og folk kommer hjem til meg og ser den så... Ja, det er nok en representasjon av meg” (Bjørn 25).

Brown og Sellen peker på forbindelsen mellom samling og identitet der de skriver at: “In many ways, a music collection acts as a tangible presentation of one’s taste in music [...]. Thus if music taste is part of identity, then so is a music collection” (Brown og Sellen 2006:45-46). En CD samling er altså en fysisk manifestasjon på en persons musikksmak. Dens synlighet i hjemmet gjør det mulig for besøkende å danne seg et bilde av vedkommendes personlighet, interesser og identitet. Dette kan være innbydende til for eksempel å utveksle tanker og følelser eller minner fra opplevelser knyttet til musikken, eller det kan være en døråpner for å stifte bekjentskap til ny musikk. En av de eldre informantene mine, Jørn (50), anså seg selv som ”en slags musikkmisjonær” og likte godt å introdusere ny musikk for andre og å låne ut musikk fra sin egen samling. På denne måten ga han også bort en del av seg selv, for som Even Ruud påpeker, kan musikk ”(...) fortelle om verden hvor vi hører hjemme i et landskap av utdanning, kjønn, etnisitet, loyldighet, grad av tilpasning til samfunnet, for å ta noen sentrale variabler” (Ruud 1997:106).

### 4.3) Streaming – eie versus leie

Streamingtjenester som Spotify og Wimp er teknologise nyvinninger som gjør musikk enda lettere tilgjengelig for musikkbrukeren enn noen gang tidligere. Som virtuelle musikkbiblioteker gir de musikkentusiaster muligheten til å lytte til flere millioner titler ved hjelp av noen få tastetrykk i søkefeltet. Sangene blir streamet fra et nettverk av servere til brukeren og avspilt på direkten. En bruker kan lage spillelister basert fritt etter egne preferanser, dele dem med andre ved hjelp av enkel copy/paste metode, og også ha felles spillelister på tvers av brukerprofiler. En radiofunksjon gjør det dessuten mulig å bestemme låtutvalg ut ifra genre og tiår. Alt dette (og sannsynligvis mye mer jfr. oppdateringer som stadig dukker opp) er tilgjengelig mot et fast beløp i måneden. I skrivende stund er dette beløpet 99 kr hos både Wimp og Spotify, men sistnevnte tilbyr også ulike prisnivåer for varierte innholds- og brukstilbud.

Det er flere interessante problemstillinger som melder seg som følge av disse nye måtene å lytte til musikk på. I forhold til eierskap er det for eksempel på sin plass å stille spørsmål om hvorvidt brukerens eierforhold til musikk blir påvirket ved bruken av streamingtjenester. Gir et fast månedlig beløp for *tilgang* til musikk samme følelse som å *eie* musikk? Er en spilleliste på Spotify en samling å anse? Eier man eller bare leier man musikk ved bruk av streamingtjenester?

På samme måte, om ikke i enda større grad, som med ulovlig nedlastede MP3-filer viser majoriteten av informantene mine en skepsis til tanken om at man eier musikk som man lytter til via streamingtjenestene. Et argument for at eierskapsforholdet til streamet musikk er svakere enn til fysiske musikkmedier handler hos flere av informantene mine om hvorvidt handelssyklusen – den mellom artist og forbruker – faktisk blir gjennomført.

”Selv om jeg hadde betalt for Spotify så hadde jeg ikke følt at jeg hadde eid musikken. Jeg vet ikke hvordan de som driver Spotify fordeler pengene de får inn. Enkelte sier jo det at de sender inn litt av pengene til artistene, men jeg kan ikke forstå at det blir noe særlig penger ut av det” (Åsmund 23).

”I dagens virkelighet så må jeg vel svare ja på det [at jeg foretrekker å eie musikken jeg lytter til], fordi jeg synes for eksempel at Spotify, som vi har sett starten av, har noen politiske sider av seg som jeg ikke liker noe særlig. Ideen bak Spotify kan være god, teknisk sett så er det på mange måter briljant, men de har en del ting å rydde opp i, som for eksempel fordelingsnøkkel med at de må begynne å betale artistene etter en fornuftig nøkkel. Det er den viktigste faktoren” (Nils 53).

En del av det som har gjort eierskapsforholdet til fysiske objekter så urokkelig, er viten om at når transaksjonen penger/produkt er blitt gjennomført skal den nye eieren sitte igjen med produktet, og skaperen av produktet (dog er det ofte utallige mellomledd som tar en større del av

fortjenesten) sitter igjen med pengene. På denne måten oppstår en relasjon mellom skaper og kjøper, artist og fan. Spotify har ikke offentliggjort sine fordelingsmodeller der forbrukeren kan se hvordan, og i hvilken grad, hans/hennes bruk av streamingtjenesten belønner artisten<sup>27</sup>. Derfor skapes heller ikke denne relasjonen, dette intime båndet mellom artisten som gir ut sitt verk og publikumet som i takknemmelighet gir sin belønning i form av penger.

Det hjelper da heller lite at det i flere nyhetssaker det siste året har kommet frem at til og med populære artister får svært laber betaling for å tilgjengeliggjøre musikken sin på Spotify<sup>28</sup>. Problemet bak både manglende betalingsvilje hos Spotify-brukerne og svakt eierskapsforhold til musikken som blir tilbudt, skyldes også at disse tjenestene er historisk sett veldig nye, og langt i fra etablert som standardmodeller for musikkonsum (selv om nettsidene deres forteller at det er nettopp det som er målet). En del av publikum er ikke helt fortrolige med bruken av streamingtjenester, og mangelen på informasjon om pengefordelinger gjør flere mistroiske.

”Jeg betaler ikke for Spotify fordi først så visste jeg ikke hva det var, og så fikk jeg en invite, og så takket jeg ja. Og så har jeg ikke tenkt noe mer over det. Men egentlig så har jeg lyst til å betale for det da. Fordi jeg synes man burde det. (...) Jeg vet ikke som mye om Spotify, jeg vet ikke om artisten har valgt å legge ut musikken sin der. Jeg synes at hvis det ikke er valgfritt så blir det jo som å laste ned musikk ’ulovlig’.” (Dorthe 23)

Allikevel, selv om Spotify skulle ha presentert utbetalingsberegningene og artistene her fikk en akseptabel andel for musikken de la ut, så ville flertallet av informantene fortsatt ikke betalt for Spotify ”... fordi jeg heller vil eie musikken. Jeg ville hatt det i hånda. Jeg ville hatt det fysisk” (Åsmund 23). Spesielt gjelder dette for musikk man har et ekstra godt forhold til.

Thor er en av få informanter jeg har snakket med som betaler for Spotify. Han forteller at det er utforskningsmulighetene som gir valuta for pengene, og ikke nødvendigvis eierskapsforholdet til musikken ved bruk av streaming.

”Selv om jeg betaler for Spotify så har jeg likevel funnet musikk der som jeg går og kjøper, for da vil jeg ha det fysiske formatet. Målet har ikke vært å få det gratis, men målet har vært å utforske artisten” (Thor 53).

”Sjefen min hørte på et band som het Zero 7. Jeg husket låten, en hit de hadde, men jeg visste ikke hvilket band det var, han nevnte det for meg, og da søkte jeg det opp på Spotify, fikk hele skiva, lytta på den, likte musikken og kjøpte skiva. Det er tre uker siden, så det funker jo fortsatt. Jeg handler jo fortsatt hvis det er noe jeg virkelig liker” (Åsmund 23).

---

<sup>27</sup> På tidspunktet da intervjuene ble holdt var dette fortsatt ukjent for offentligheten.

<sup>28</sup> Flere nyhetsskriv forteller om høyt profilerte norske artister som får luse lønn på tross av flere tusen streams. Flere norske plateselskap vil derfor trekke seg og mange av sine artister fra Spotify ved nyåret (e24 2010).

Disse eksemplene viser at et abonnement på tilgang til musikk ikke kan sidestilles med eierskap av musikk i mer tradisjonell forstand. I hvert fall ikke enda. Mange brukere er vant til å forholde seg til en virkelighet der musikkprodukter er eiendom, og det nye paradigmet, som abonnement på all digitalisert musikk representerer, er for ferskt til at de har rukket å ta inn over seg en virkelighet der så ikke er tilfelle<sup>29</sup>.

Derfor er diskusjoner om nye forretningsmodeller som ikke har fått ordentlig fotfeste hos den brede lyttermassen, som også Wenche Nag påpeker i undersøkelsen sin, krevende ettersom informantene ikke har mye erfaring med dem (Nag 2010). På spørsmålet om leie kontra eie musikk beskriver Nag responsen hos hennes informanter til å være avhengig av den enkeltes entusiasme til musikkbruk. For de mest og minst pasjonerte musikkbrukerne virket leie konseptet mest tiltalende, mens de som befant seg på midten av entusiasme skalaen var mer motvillige og helte mer mot eie ordningen som er mer etablert og velkjent praksis (Nag 2010:38).

I en betydelig større, dog ikke vitenskapelig, undersøkelse fra februar 2010 ble leserne av nettbloggen Mashable<sup>30</sup> bedt om å stemme på hvilken forbrukermodell de foretrakk - eierskap eller abonnement. Av 1069 stemmer mente halvparten at hvis det først er nødvendig å bruke penger for å skaffe seg musikk, så er personlig eierskap av musikkprodukt fortsatt det beste alternativet. Bare 28 % favoriserte abonnementløsningen, mens 22 % svarte ”ja takk, begge deler” (Dybwad 2010). Disse tallene, som på tross av er høyst usikre, kan likevel gi en indikasjon på at det er rom for flere forretningsmodeller til å leve side om side. Spotify’s funksjon behøver ikke å være en fullstendig erstatter for platebutikkene, men heller et supplement, et utgangspunkt for den nysgjerrige.

\*

---

<sup>29</sup> Dette tema vil bli nærmere berørt i oppgavens avsluttende del.

<sup>30</sup> Mashable er verdens største blogg med fokus kun på nyheter om Web 2.0 og sosiale medier. 25 millioner besøker bloggen i måneden. Brukere av bloggen er hovedsakelig entusiaster av sosiale medier, entreprenører, merkevarebyggere, markedsførings- og PR byråer, og teknologi journalister – m.a.o. er det høyst sannsynlig at de har relativt høy digital kompetanse, og har teknologivennlige holdninger.

I kapittel 4 har jeg vist at tradisjonelt eierskapsbehov for musikk fortsatt er sterkt hos forbrukere av musikk, særlig ved utgivelser av favorittartister. Det er mange dimensjoner ved eierskap som ikke er mulig å gjenskape i den digitale sfæren. Taktile formater har en særegen aura av materiell tilstedeværelse, og gjør interaksjonen mindre abstrakt og forholdet til musikkproduktet (og artisten) mer reelt. Derfor har eierskap større relevans for taktile musikkformater enn digitale. Likevel er digital bruk ofte en simulering av virkeligheten. Organisering av immaterielle filer har en viss likhet med organisering av fysiske objekter, der mappeinndeling, innretning av sanger i genre og/eller alfabetisk rekkefølge er med på å gi musikkksamlingen en struktur, og blir en representasjon av eierens smak. I tillegg kan mengde, hastighet, og lagringsplass være faktorer som gjør eierskap av digitale filer til et viktig element for visse musikkbrukere. Samtidig har streamingtjenester blitt viktige plattformer for musikkonsum med potensial til å omdefinere musikkeierskap som konsept. Fordi teknologien er såpass lite etablert, skaper den foreløpig en del mistillit blant enkelte brukere, så det gjenstår å se hvordan eierskap som en egenskap ved musikkvaren vil arte seg i fremtiden.

## **5. LYTTERMÅTER**

”I like to listen. I have learned a great deal from listening carefully. Most people never listen.”

(Ernest Hemingway)

Oppgavens hovedfokus er å finne ut hvilke egenskaper ved de ulike musikkformatene som blir verdsatt av brukerne og hvorfor de blir det. Jeg har tidligere gjennomgått eierskap og dets relevans for musikkformatet, men har ikke tatt for meg bruken av musikkmediene, sett mer ut fra deres primærfunksjon: musikkavspilling. Følgelig vil jeg i neste kapittel fokusere på formatenes ulikheter i forhold til lytting. Ulike formater muliggjør ulike måter å bruke og lytte til musikk på. Ved å undersøke de ulike lyttermåtene ønsker jeg å avdekke egenskaper som gjør formatene verdifulle for brukeren. I samtalene med informantene mine snakket vi derfor om ikke bare hvilke musikkmedier de lyttet til, men også en del om *hvordan* de lyttet til musikk - til hvilke tider, ved hvilke steder, under hvilke forhold og på hvilke måter.

## 5.1) Tid, sted og fokus

### 5.1.1) *Primæraktivitet vs. sekundæraktivitet*

Et viktig moment å merke seg først er ordet lytting. Hva legges egentlig i begrepet? I denne oppgaven vil jeg favne så bredt som *bruke eller være til stede der et medium spiller musikk*. Videre deler jeg lytting i to hoveddeler: Primæraktivitet og sekundæraktivitet

#### Primæraktivitet

Når lytting er *primæraktivitet* er personen ikke opptatt med andre ting som fører vedkommendes oppmerksomhet vekk fra musikken, men vedkommende er i stand til å lytte fokusert uten å bli forstyrret eller distraheret. Eksempel på dette kan være lytting til stereoanlegget hjemme i stua i fred og ro.

#### Sekundæraktivitet

Som *sekundæraktivitet* blir lytting, som navnet tilsier, ikke den aktiviteten man fokuserer først og fremst på. Musikken spilles i bakgrunnen mens man bedriver noe annet som primært gjøremål. Eksempler på dette er alt fra husvask, lekselesing, fest, trening, restaurantbesøk, til når man er på reise. Sistnevnte eksempel havner dog ofte i skjæringspunktet mellom primær og sekundæraktivitet, ettersom reisende med for eksempel tog eller fly kan vie all sin oppmerksomhet til musikken der de ellers bare sitter i setet som passasjer, i motsetning til bilførere som på tross av at de sikkert er flinke til multitasking, er nødt til å følge med på veien (Ruud 2005:104). Likevel velger jeg å kategorisere denne lytterformen som sekundæraktivitet.

Selvfølgelig finnes det betydelig flere gråsoner mellom musikklytting som primæraktivitet og lytting som sekundæraktivitet. Musikk blir ofte brukt som et motivasjons-, avstressings- eller generelt - stemningssettende middel der brukerens oppmerksomhet til selve musikken kan variere (Ruud 2005).

### 5.1.2) *Ulike formater til ulike formål*

Mylderet av musikkformater gjør musikklytting til en aktivitet med store variasjoner. Fra å gå på et utested der alle hører samme musikk bli spilt av en DJ fra vinyl eller lap-top, til å stå på T-banen med headsettet koblet til MP3-spilleren, til å bytte kanaler på radioen i bilen, til å være på

”oppdagelsesferd” på Spotify – er alle eksempler på at omgang med musikk for mange har blitt en daglig sjonglering med musikkformater.

”For meg er det ikke *ett* format som gjelder. Jeg synes det er veldig fint å ha flere formater. Alle formatene har sin egenskap som passer til forskjellige sammenhenger” (Åge 25).

Eksempelvis tar Åge i bruk LP platen når han skal lytte fokusert hjemme i stua. Han hevder at LP platen er et bedre egnet medium når lytting er primæraktivitet enn for eksempel iPoden.

”Det er litt annen måte å høre på musikk på. Det er litt mer å gjøre enn bare å trykke på en knapp og så starter musikken som på iPoden. Man må legge på plata og så velge spor og så sette seg ned og så tar man det svære coveret og titter litt på det. Jeg setter ikke på en LP i bakgrunnen, for å si det sånn” (Åge 25).

Ritualet forutfor LP-lytting – velge ut platen fra hyllen, ta den ut av coveret, sette den i spilleren og sette avlesernålen ømfintlig ned på sporet – er med på å forberede lytteren til lytteropplevelsen, og skjerper således oppmerksomheten til det som kommer.

Til forskjell er iPoden sjeldent brukt som lyttermedium hjemme, men først og fremst ved stedforflytting, der dens funksjoner er mangeartet<sup>31</sup>. Dette bruksmønsteret går igjen hos alle informantene med MP3-spiller.

”Jeg bruker den MP3-spilleren for det meste når jeg er ute og går eller reiser rundt, sykler, sitter på toget. Det er ikke sånn at jeg sitter inne og hører på så veldig mye. Kanskje når jeg legger meg” (Bjørn 25).

Åge forteller videre at med bruk av iPod blir det veldig ofte ufokusert lytting. På reise til og fra jobb brukes iPoden som tidsfordriv, og selv om det da tidvis oppstår fokusert lytting (mest som følge av at det ikke er noe annet å ta seg til), er det lett å miste fokuset når man omgås mange distraksjoner som en reise kan innholde. Åsmund derimot er av den oppfatning at han lytter best etter når han er på reise:

”Når jeg sitter på toget, pleier jeg å følge med på teksten og elementene i musikken. Jeg liker å analysere musikken. Prøver å se for meg hvordan jeg kan spille den selv” (Åsmund 23).

Det er altså klare individuelle forskjeller på hvilke medium og situasjoner som egner seg best til fokusert lytting, og bruk av mobile medier på reise er et både/og tilfelle.

Som favoritt til musikkavspilling i sosiale settinger har Spotify begynt å befeste sin posisjon som MP3-samlingens arvtager. Samtlige av de unge informantene fortalte at det i festsammenheng

---

<sup>31</sup> Se kapittel 5.2 om mobil lytting.



benyttes Spotify i stadig større grad. I tillegg ble YouTube ved flere tilfeller nevnt som en kilde til ekstra kuriøse låter, og som visuelt tilskudd til musikken. Thor (53) fortalte at han i sosiale sammenkomster ser mobiltelefonen som vanligste medium for introduisering av ny musikk for venner.

”I dag så blir det jo det at man henter frem mobiltelefonen og spiller fra om det nå enten er en Nokia eller iPhone [med Spotify applikasjon] eller hva det er, så kobler man rett til anlegget” (Thor 53).

Det er altså en stor variasjon av formater som finnes i dag og informantene mine demonstrerer ulik bruk av disse. Konvergens i mediene har ført og fører dessuten til stadig større fleksibilitet i bruken av musikk.

### **5.1.3) Førstegangslytting**

”Hvis du tar bort gjenkjenningsfaktoren så blir det jo en helt ny opplevelse. (...) Hvis det er bra nok så er det [målet] å bli tilført en åndelig verdi” (Nils 53).

Det er åpenbart en klar distinksjon mellom å erfare noe for første gang og å gjenoppleve den samme erfaringen flere ganger. Mange av informantene husker for eksempel hvor de var første gangen de hørte på det som skulle bli deres yndlingsartist. Etter hvert blir musikken såpass velkjent at den ikke kommer til å kreve like mye oppmerksomhet ved lyttingen. Det kan skje som følge av mangel på vedvarende entusiasme fra lytteren og/eller at musikken simpelthen blir til ”fyllmasse” for ørene, og kan dermed kategoriseres som sekundæraktivitet.

Bjarne forteller hvor viktig han synes den første gjennomlyttingen av et nytt album er, og at dette må gjøres under riktige omstendigheter, uten distraksjoner:

”Alltid når jeg har kjøpt en ny plate, som jeg ikke kjenner ordentlig, men har forventninger til, så pleier jeg å bare la den stå i hylla til en anledning der jeg kan sitte ned og høre ordentlig på den (...). Det skal være den første gangen, og gjerne kanskje *de* første gangene også, av og til, som være en ordentlig anledning. Men jo mer kjent en blir med den [platen] jo lettere havner den over på MP3-spilleren, og da kan den bli bakgrunnsmusikk. Jeg må få den under huden først før jeg kan ”misbruke” den sånn.” (Bjarne 25).

Det er interessant å merke seg at førstegangslytting av album ved bruk av MP3-filer eller streaming ikke gir samme emosjonelle uttelling som ved mer materielle medier:

”Jeg føler at det ikke blir så seriøst da. Jeg liker å kjøpe CD-en. Jeg liker å ha den, og støtte bandet. Du har jo ikke helheten for det kan jo hende at du bare får høre en låt, ikke sant. Men å høre en låt på en MP3-fil for første gang... nei, det er greit hvis du har hele skiva så får du i hvert fall et helhetsinntrykk av bandet” (Åsmund 23).

Ved førstegangslytting blir fysiske formater altså ansett som mer fullverdige utgivelser og har klart større aksept og affeksjonsverdi. Dessuten er coveret og bookleten på LP-en og CD-en viktige tilleggselementer.

”Å bla i coveret er en del av opplevelsen med å høre på musikken for første gang. Da må man jo liksom sette seg inn i sånt som hvem har vært med å spille inn og se om det er noen fete bilder etc.” (Åge 25).

”Hvis jeg kjøper meg en ny CD så liker jeg å sitte og bla i blekka som følger med [ved førstegangslytting]. (...) Jeg liker å lese om hvem som har produsert, og ser om jeg kjenner igjen noen navn og slikt” (Åsmund 23).

Bookletenes informasjon om innholdet i form av sangtekster, billedkunst av ulik art, navn på alle bidragsyttere til utgivelsen etc. – gir lytteren en dypere innsikt i produktet som helhet. Dette kan være en av grunnene til at MP3-filer og streaming degraderes til ”smaksprøver” i motsetning til de materielle verk, som med sin fysiske aura og fullstendige produksjon blir fokusert gjennomlytting verdige<sup>32</sup>.

Åsmund understreker også at for å få et ordentlig inntrykk av en utgivelse nytter det ikke med bare en enkel gjennomlytting. Det krever tid og mye fokusert lytting for å få en klarere forståelse av verket.

”Jeg legger stor vekt på å høre ’i hjel’ en skive [CD]. Finne alle elementene ved det. Du kan sitte å høre på en skive tjue ganger og plutselig så dukker det opp et element som du ikke har lagt merke til tidligere, og så blir det klart igjen og så hører du det hver gang. Det gir så mye. Det musikalske og stemmebruken til vokalisten som man kan legge merke til... Du er ikke ferdig med en skive hvis du har hørt den en gang. (...) Et album er jo et stykke kunst” (Åsmund 23).

Etablering av et forhold til artisten og verket krever altså rett tid, men også riktig format. Den sterke preferansen for taktile formater i denne sammenheng blant mine informanter tyder på at musikk som eterisk kunstform ikke er separert fra mediet i den moderne lytters opplevelse.

#### **5.1.4) Album versus singel**

Etter tre tiår med albumdominans begynner singelutgivelser å virke attraktive for musikkjøperne igjen, viser tall fra undersøkelser gjort i begynnelsen av 2010<sup>33</sup>. Dette gjenspeiler en trend hos mange digitale lyttere: lytting på enkeltsanger fremfor hele album. John Ivar Bergan, forfatter av

---

<sup>32</sup> Coverets betydning for lytteropplevelsen vil jeg komme nærmere inn på i kapittel 5.3 om visuell lytting.

<sup>33</sup>I 2007 var digitale enkeltlåter den primære inntektskilden for musikk på nett. 581 millioner singler ble solgt mot 50 millioner album via internett (Kot 2009:126). I 2009 passerte salget av singler albumsalget i Storbritannia for første gang siden 1967. 98 % av singlene ble kjøpt digitalt (Gjerstad 2010).

*Store Rock og Pop leksikon*, mener dagens ungdom ikke har samme forhold til album som før, og at fokuset deres ligger på enkeltlåter fremfor helheten i et album. ”Ved å laste ned noen få låter, både sparer man penger og sitter igjen med utelukkende favorittlåter” (Bergan i Lorentzen 2009). Garnar mener at det er spesielt iPoden som kan sies å stå for denne overgangen, ettersom den tillater et ”ikke-lineært” forhold til sanger (Garnar 2008:32-33). I kontrast med Discmanen og Walkman har iPoden betydelig større lagringsplass, og shufflefunksjonen gjør at brukeren kan forflytte seg mellom forskjellige genre og artister uten noen bevisst innsats. I tillegg gjør egendefinerte inndelinger av artister, album, genre og spillelister det enkelt å bytte sanger etter eget ønske.

Garnar forklarer at det store hamskiftet i opplevelse av musikk - fra album til enkeltlåter - har, i tillegg til hjelp fra iPoden, blitt hjulpet frem av utbredelsen av online fildeling og nettbutikker som iTunes Store - fenomener som han samler kollektivt i begrepet ”iMedia”. Apple satte prisen på enkeltlåter i iTunes Store til 99 cent og gjorde det dermed enkelt og rimelig for dem som ville holde seg på riktig side av loven.<sup>34</sup> ”The basic idea here is: ’Don’t like the rest of the album? Just get the song you want!’” (Garnar 2008:33). Også MP3-relaterte blogger, som var innflytelsesrike kanaler for musikkinteresserte, ble indirekte med på å føre singelen frem som førstevalg hos lytterne. Matthew Perpetua var en av mange unge i USA som startet uavhengige musikkblogger på 2000 tallet. I 2002 åpnet han fluxblog.org og i løpet av fem år begynte siden å tiltrekke seg 200 000 besøkende i måneden. Her ble filer lastet opp, så leserne kunne høre låter det ble skrevet om. Ideen var å la folk slippe å saumfare middelmådige album for å finne gode sanger, men heller få tips om skjulte juveler fra en som var interessert i å spre god musikk til publikum.

”Even a lousy album can have one great song. That’s what interest me (...) When you have all these options to listen to music any way you choose, it changes everything. I seldom listen to complete albums in their intended order. I listen to custom mixes I make of an artist’s catalogue. Digital technology is a beautiful thing because you can program a CD any way you want. You don’t have to sit through songs you don’t like (...)” (Matthew Perpetua i Kot 2009:126).

Garnar mener selv at å kjøpe fragmenter av en større musikalsk helhet er moralsk forkastelig. Flere album er skapt for nettopp å være album – et sammenhengende verk, ofte med flere gjentakende segmenter der lytteropplevelsen er en prosess som strekkes fra første til siste tone. Å

---

<sup>34</sup>I 2009 presenterte Apple en tredelt prisstruktur for ulike bitrate, 69,99 og 129 cent for henholdsvis 128, 256, og 320 kb/s (Kot 2009:207).

bryte den røde tråden til fordel for en annen sang blir å bryte med verkets retning og artistens intensjon. Blant mine informanter var det hovedsakelig de over 50 som hadde et tilsvarende syn på albumets betydning for lytteropplevelsen.

”Jeg lytter gjerne på fulle album, ofte som jeg kjenner fra før av. Sånne album hvor jeg forventer... jeg har en forventning til hva som kommer” (Thor 53).

Et tilsvarende positivt forhold til forventinger til albumets innhold deles ikke av Dorthe.

”I det siste så har jeg kjøpt musikk som jeg har hørt tidligere, så jeg vet hva som er på CD-en. Og da kan det være at jeg skipper. Jeg gidder ikke å høre på hele sangen, og så er det kanskje en bestemt låt jeg har lyst til å høre akkurat da” (Dorthe 23).

Jørn er kritisk til den fragmenterte lyttingen som han har observert er blitt mer utpreget de siste årene:

”Jeg tror nok jeg har mislikt denne tendensen til at når folk skal høre på musikk så skal de høre på en melodi her og en melodi der, altså ikke forholde seg til en hel utgivelse da. Og sånn jeg laster ned [bruker] på Spotify, så laster jeg ikke ned en og en melodi, og jeg setter ikke sammen sånne spillelister med litt her og litt der, altså jeg liker å ha album. Høre på et og et album, det foretrekker jeg” (Jørn 50).

Selv med streamingprogrammer som Spotify, som nærmest oppfordrer til personlig sammensetting av myriader av ulike sanger, velger Jørn altså å forholde seg til sangene i den rekkefølgen de opprinnelig var ment å være på utgivelsene. En kan muligens se denne praksisen som en vane, overført fra lyttermåtene han har tilegnet seg gjennom årelang bruk av mindre manipulerbare medier som MC, LP, og CD.

For Åsmund fra den yngre generasjonen er Spotify en utmerket løsning når han har lyst til å ”fille på” repertoaret med flere sanger:

”Jeg hører gjerne på skiver jeg har fra før, men på Spotify, for da kan jeg sette det opp i en spilleliste. Jeg kan jo for så vidt gjøre det i iTunes også, men er det noe jeg har lyst til å legge til i spillelista som jeg ikke har, så blir jo Spotify mye lettere. Da blir det enkeltlåter som jeg putter på. Du hører jo ganske mange sånne one-hit-wonders som du ikke gidder å kjøpe skiva til som er lett å få tak i. Det er ganske greit med Spotify, hvis du har lyst på en partylåt for eksempel” (Åsmund 23).

Spisspreferanse for gode låter og forakt for ”fyllmasse” på album står her i høysetet, og det skal ikke mye ubehag til for at han bytter spor.

En iøynefallende forskjell mellom lytting til hele album kontra enkeltsanger kommer altså frem i motsetningen mellom materielle (CD) og immaterielle (MP3) musikkmedier. Garnar hevder at på tross av at CD-en bærer lik informasjon - mer eller mindre de samme binære kodene som

MP3-filene på iPod-er og PC-er - er CD-en en påminner om ens egen materielle eksistens. Dette mener Garnar har vesentlig mye for seg i en postmoderne verden, der stadig mer av ting vi omgås i hverdagen blir flyttet til et abstrakt cyberspace nivå (Garnar 2009:37). CD-en blir også en møteplattform mellom artist og forbruker der artisten (via plate- og distribusjonsselskapene) setter premissene. Artistens intensjon er presentert i og låst fast til mediets rammer, og forbrukeren har liten eller ingen innflytelse på for eksempel coverdesignet eller sangrekkefølgen, med andre ord, hele pakken. Ved bruk av iTunes, Spotify eller andre nettmedier er det forbrukeren som har makten og kontroll over hvilke inntrykk han/hun ønsker til ethvert tidspunkt. Denne egendefineringen fører samtidig til en fragmentering av lytteropplevelsen, særlig sett med artistens øyne, men gir altså økt inntrykkskontroll for forbrukeren.

Ved bruk av LP synes spriket mellom helhetlige og fragmenterte lytteropplevelser å bli enda klarere på grunn av ytterligere forskjeller i teknologien bak formatene:

”Jeg bytter jo mye [sanger] også der [hjemme], men det hender oftere at jeg lytter på et helt album. Særlig ved vinyl. Det er så tungvindt å bytte” (Åge 25).

Mediets fysiske dimensjoner og dets avspillermekanisme spiller i dette tilfellet en vesentlig rolle i om hvorvidt albumet blir hørt på i sin helhet eller om sanger blir byttet på. Denne tungvindheten rundt bruken av LP-en gjør en mindre brydd til å skifte spor eller plate mellom sangene, og dermed tillates det heller at hele albumet blir spilt ferdig.

### **5.1.5) Rastløshet**

Med etableringen av digitale, mer brukervennlige musikkmedier som standard for musikklyttere har lytting blitt mer fragmentert for folk generelt, og unge spesielt. Det gjelder ikke bare fragmentering av albumgjennomlyttinger, men også enkeltsanger. Flere av de yngre informantene mine fortalte at de bytter sanger ofte under lytting, uavhengig av medium, men at det forekommer oftere ved bruken av de mobile mediene.

”Jeg kan være litt utålmodig. Jeg blir litt lei etter tre låter og så setter jeg på en annen CD” (Dorthe 23).

”Jeg har merket meg at hvis jeg sitter med en [iPod] kontroll og skal velge musikk så blir jeg gjerne litt rastløs og sånn 'nei, den var kanskje ikke helt perfekt akkurat nå' og så sitter jeg og blar igjennom og blar igjennom og blir aldri helt fornøyd.” (Bjarne 25).

Det er ikke bare den yngre generasjonen som merker en økende grad av tabloid musikkbruk. Som selvutnevnt musikkmisjonær reagerer Jørn (50) på sine jevnaldrende kollegers manglende evne til å lytte fokusert gjennom en hel låt:

”Jeg er nok litt frustrert over at... hvis jeg har venner på besøk så er det lite tålmodighet til å... hvis jeg setter på et eller annet og spiller for dem så... tre minutter er tydeligvis mye for folk til å spille litt høyt og så bare ikke si et ord, å bare sitte høre på. Man merker det at det går en smertegrense der, altså. Tre minutter, det er ikke så mye mer enn det” (Jørn 50).

Under en debatt som omhandlet lyd og lyd kvalitet ved ulike lydmedier, med blant andre kjente produsenter som Kevin Kellin, Craig Street og Steve Berkowitz, betror også Greg Calbi<sup>35</sup> sin bekymring om rastløsheten han mener det først og fremst er iPoden som frembringer i lytteren:

“I’m really curious about the attention span, even in myself, and I really love music. When I have an iPod, I say ‘Oh, I haven’t heard Street Choir by Van Morrison, it’s so long. Oh, I have it. Great! I listen to it. All of a sudden, thirty seconds later it’s like ‘Hm, now I want to listen to Muddy Waters.’ What happened? I don’t even listen to a whole song anymore. It’s like the remote. It’s the technology that really puts us in a different place...” (Calbi 2008).

Filosofiprofessor Donald Turner deler Garnar’s syn på at det er iPoden som er grunnen til at folk ikke lytter igjennom hele album, men i stedet bytter sanger etter kort tid.

“Before iPods, most people intentionally selected individual CDs to play, often all the way through. The allure of novelty and the ease of switching to or away from any track in one’s collection lead listeners decreasingly to listen to entire albums, preventing the longer works from developing characters, themes, and plots” (Turner 2009:156).

iPodens høyt prisede brukervennlighet gjør den til et leketøy for den urbane musikklytter som med minimal innsats sammenlignet med tidligere medier kan bytte sanger raskere enn noen gang. Det er et aldri så lite paradoks at avspillingsmedier som frigjør musikken fra sine fysiske begrensninger (jfr. fonografeffekten avgrensning) - som i motsetning til 78-er platen med en avspillingstid på 4 minutter per side og CD-en med sine 74:59 - med potensialet til å spille flere timeslange innspillinger, blir brukt til å lytte til kortere og kortere snutter. Det kan virke som om store musikkbibliotek kombinert med enkelt brukergrensesnitt pirrer nysgjerrigheten og gjør oss rastløse slik at vi hele tiden søker etter et mer tilfredsstillende sonisk stimuli. Den tyske filosofen Martin Heidegger skrev i sitt magnum opus *Being and Time* fra 1927 om nysgjerrighetens rastløse natur:

---

<sup>35</sup> Calbi er senior mastering ingeniør ved Sterling Sound i New York. Han har jobbet med storheter som John Lennon, David Bowie og Bruce Springsteen, for og nevne noen på en merittliste som strekker seg helt tilbake til 70-tallet. Mer informasjon finnes på <http://www.sterling-sound.com/epk.php?e=calbi&c=en>.

”When curiosity has become free, it takes care not to see in order to understand what it sees... but only in order to see. It seeks novelty only to leap from it again to another novelty. The care of seeing is not concerned with comprehending and knowingly being in the truth, but with possibilities of abandoning itself to the world... Consequently, it also does not seek the leisure of reflective staying, but rather restlessness and excitement from continual novelty and changing encounter. In not-staying, curiosity makes sure of the constant possibility of distraction” (Turner 2009:156).

Mangel på tålmodighet, konsentrasjon og tid, samt økt rastløshet, er alle faktorer som spiller inn i et fenomen som, også i følge Thomas Hylland Eriksen, virker å være en del av tidsånden i informasjonsalderen (Eriksen 2001:84). Marie Strand Skånland skriver i sin avhandling om musikkintegrering i hverdagen til brukere av MP3-spillere, at den store tilgangen på musikk i det digitaliserte samfunn kan frembringe rastløshet og utålmodighet hos lytteren, fordi med utvidet tilgang utvides samtidig *valgfriheten* (Skånland 2007). Hun viser til at også mange av hennes informanter skiftet musikk ofte, at de sjelden hørte ferdig album og heller ikke alltid sanger. Skånland mener at noe av dette kan også knyttes til at bruken av MP3-spilleren er mobil. Den nye teknologien er på mange måter tidsbesparende, og man får brukt tiden mer effektivt når man lytter på vei fra et sted til et annet. Imidlertid kan det å gjøre flere ting på en gang nettopp resultere i at lytteren blir mer rastløs og utålmodig (ibid). Eisenberg hevder også at internett, som jo er den største basen for innspilt musikk menneskeheten noen gang har hatt tilgang til, er med på å gjøre lytteren rastløs og lyttingen kortere og mindre fokusert<sup>36</sup>:

“One’s state of being online is not unlike one’s state of being in a bookstore or record store – a nervous, distracted browsing – interest and desire constantly tickled and frustrated. [Though] it is that of a dog with his nose out of the window of a moving car, not that of Nipper patiently hearing his master’s voice.” (Eisenber 2004:215)

### **5.1.6) Å finne igjen den gode lyttertiden – og lyttermediet?**

Egenskapene brukervennlighet og tilgang har sin pris; de bytter tålmodighet mot rastløshet og pirrer brukeren til å stadig skifte sanger for å hele tiden prøve å tilfredsstille et flyktig behov. Bjarne var kritisk til kontrollen han fikk ved bruken av MP3, som fikk ham til å bytte spor uten å aldri være helt fornøyd med det han hørte på. Sett i sammenheng med Åges beskrivelse av LP-en som ideelt medium for fokusert lytting, åpner mangelen på ”fjernkontrollens” bekvemmelighet for en grundigere gjennomlytting.

---

<sup>36</sup> Tilgjengeligheten i informasjonssamfunnet og dets konsekvenser for bruk av og forhold til musikk er tema for kapittel 6.

”... Hvis jeg legger det [kontrollen] fra meg og bare lar det gå, så finner jeg ut at jeg digger jo egentlig all musikken. Det er jo samlingen min. (...) Man setter mer pris på ting om man gir det litt tid og ikke skal liksom henge over det og pushe på hele tiden” (Bjarne 25).

Greg Calbi er av samme oppfatning der han proklamerer at “...what we all need to do is to chill out, because we’re missing a lot with the music” (Calbi 2008). Rastløshet fratår lytteren mulighet til dypere analyse av musikken og, i Nils’ (53) ord, tilføre ”en åndelig berikelse”.

I jaget etter nye opplevelser, søker oppmerksomheten etter distraksjoner, og musikklytting forvandles i stadig større grad til en sekundær fremfor primær aktivitet. Dette kan igjen sees i sammenheng med egenskapene brukervennlighet og mobilitet, men også på stort mediebruk generelt, særlig hos de unge.

”Jeg lytter til musikk fra jeg står opp til jeg legger meg. Jeg har den nesten alltid i bakgrunnen” (Fredrik 25)

”Det blir veldig ofte mindre fokusert lytting med iPod” (Åge 25).

”Med Spotify så er det så enkelt å bare sette på en sang og så er festen i gang, ikke sant. Jeg tror det er mindre fokusert lytting nå enn før” (Åsmund 23).

Michael Fremer, “vinylhode” og selverklært audiofil<sup>37</sup>, driver musikkanmeldernettsstedet musicangle.com. Han forteller til New York Times at “... people used to sit and listen to music, but the increased portability has altered the way people experience recorded music. It was an activity. It is no longer consumed as an event that you pay attention to” (Plembeck 2010). Fremer er oppgitt over at musikklytting i stadig større grad blir en sekunderaktivitet, og legger skylden på de mobile mediene, hvis bruk endrer opplevelsen på grunn av alle de andre samtidig pågående gjøremålene.

Det finnes flere artister som også har liknende syn på utviklingen. Steven Wilson, frontmann og hjernen bak prog-rock bandet Porcupine Tree, har i lengre tid vist sin misnøye til mobile musikkmedier og det påfølgende tapet av lyd kvalitet ved komprimering av musikken til fordel for kvantitet<sup>38</sup>. Han er bekymret over det han ser er den nye musikkulturen, der lytteropplevelsen blir redusert til en bakgrunnsbeat, fremfor å være en lærerik og åndelig erfaring som fremmer personlig utvikling, nysgjerrighet og opplysning. I et leserinnlegg han skrev som respons til

---

<sup>37</sup> Betegnelse på personer med usedvanlig høy interesse for kvalitet på både lyd og avspillingsutstyr, og det etterstrebes sterkt etter idealet om at musikken skal være så lik originallyden som mulig.

<sup>38</sup> Det finnes flere videoer på youtube.com som viser Steven ødelegge iPoder med forskjellige verktøy.



artikkelen til Plambeck i New York Times, uttrykker han sin forargelse mot dagens zeitgeist der musikk er blitt omgjort fra kunst til programvare:

“There is an art to listening to music, and the move to jukebox-style delivery of songs in MP3 form has largely compromised that art for a generation of fans. I remember listening to music on vinyl, poring over the sleeve, looking at the lyric sheet, even following the needle across the record. There was something in that magical, romantic, tactile relationship with the album that has been lost by the reduction of music to content. Music is not software; music is art. But I’ve been encouraged by the growing revolt against that iPod culture and playlist mentality. Kids at shows come up to me to have me sign their vinyl. They want to feel as if they’re buying into something they can cherish and feel a part of. And you simply can’t do that downloading a few files.” (Wilson 2010)

Nils, med sin motstand til MP3-formatet, virker å ha en tilsvarende oppfattelse av virkeligheten: “Musikk er åndsverk og fortjener tilsvarende oppmerksomhet” (Nils 53). Både Ivar og Jørn viser tegn på nostalgi, der de minnes hvordan lytting til musikk nærmest var som en begivenhet å regne.

”Vi kunne ligge på et stuegulv sammen med en gjeng å bare lytte. Det var virkelig spesielt, altså” (Jørn 50).

”Beatles og Stones og Ten Years After, og alle disse hadde jeg et veldig bevisst forhold til. Vi kunne samles en gjeng og for å høre på en ny LP plate som var kommet. Så satt man seg ned og så *lyttet* man til den, ikke sant. Da satt man jo i timesvis og lyttet til musikk den gangen, på en helt annen måte enn ungdom gjør i dag. (...) Jeg kan kun referere til mine [tre barn], og her i dag føler jeg at musikken bare går og går. Den er en del av systemet. (...) Jeg tror det ligger i informasjonstilgangen du har i dag. Den hadde du ikke den gangen. Det er vel det som er den vesentlige forskjellen på musikklytting. Sånn var det for meg i hvert fall og det tror jeg jeg kan si for mange andre også” (Ivar 55).

Flere av de unge har også reagert på at bakgrunnsmusikk har blitt en mer og mer integrert del av tilværelsen. Dorthe forteller at hun i en hektisk hverdag forsøker å sette av tid til fokusert lytting.

”Som regel så er det for å roe ned eller slappe av rett og slett. Bare høre på fin musikk og slappe av. For det er veldig sjeldent man egentlig gjør det, eller, det er veldig sjelden jeg har gjort det tidligere. At det ikke bare har vært i bakgrunnen mens jeg gjør noe annet, men det å faktisk bare sitte og høre på musikk, det har blitt litt viktig for meg da. (...) Jeg har kanskje blitt litt mer bevisst i hverdagen på å ta det litt med ro innimellom. Det kan ha noe med det å gjøre” (Dorthe 23).

Å finne igjen ”den gode lyttertiden” kan være vanskelig i vår tid som Eriksen beskriver som ”oppstykket og oppjaget” (Eriksen 2001:187). Å velge ett format fremfor ett annet til det formålet behøver ikke nødvendigvis å spille noen rolle, så lenge ”kontrollen” på musikken er lagt vekk, og nysgjerrigheten og begjæret etter ”noe bedre” holdes i sjakk.

\*

I dette delkapittel har jeg undersøkt ulike aspekter ved musikkbrukeres lytterpraksis. Informantene mine vier musikken de lytter til ulik grad av oppmerksomhet og dette har en sammenheng med hvilket format de bruker og hvilken situasjon de befinner seg i. Det viser seg at musikklytting som primæraktivitet var vanligere i de eldre ungdomstid, da mobile lyttermedier ikke var like utbredt samt medietilbudet generelt var mye lavere. I tillegg kommer det frem at trenden om stadig mer oppstykket lytting fremfor gjennomlytting av hele utgivelser i stor grad skyldes egenskaper ved de mobile mediene, som tillater brukeren raskt å bytte sanger i sine samlinger. Muligheten til å laste ned enkeltsanger fra nettet og manipulering av egendefinerte spillelister er også medvirkende faktorer. Jeg har også vist til litteratur og utsagn fra personer i ulike deler av musikkbransjen som argumenterer for at kvalitativ lytting er en avtagende aktivitet, ikke bare grunnet komprimering av simultane gjøremål, men også som følge av økt musikkbruk gjennom døgnet.

## 5.2) Mobil lytting

”Før var man var bundet til å sitte hjemme, men nå kan du jo snart - eller det har du vel mulighet til allerede - lytte til musikk via klokka di på håndleddet...” (Åsmund 23).

I det nye millenniet har musikklytting blitt til en allesteds aktivitet og mobilitet har vist seg å være en sentral egenskap ved lagrings- og avspillermediene av musikk<sup>39</sup>. Slik det fremgår av tidligere drøftinger i denne oppgaven, har mobile medier hatt stor innflytelse på hvordan vi lytter til musikk. Jeg vil derfor, i dette kapitlet, rette søkelyset spesifikt mot mobilitet som egenskap ved musikkformater. For å ikke blande med Katz’ beskrivelse av fonografeffekten mobilitet, vil jeg poengtere at begrepet omhandler mobil *lytting* og ikke bare transportering av musikkmedier.

### 5.2.1) Mobile formater

Det som rundt 1910 begynte som en måte å ta med seg musikk på turer, ble på 1970-tallet et integrert mønster i forbrukervaner (Morton jr. 2004:164). Siden innføringen av den batteridrevne transistorradioen og hodetelefoner på 1950-tallet, via ulike kassetiformater til Discman, og

---

<sup>39</sup> Daglig bruk av MP3-spillere blant unge mellom 16 og 24 år hadde i 2009 nådd 58 % (Norsk Mediebarometer 2009).

MiniDisc på 90-tallet og det siste tiårets MP3-spillere og mobiltelefoner, kan en samtidig skildre forbrukernes økende begjær og forventning til at disse teknologiene skal gi dem stadig mer. Mer kapasitet, mer batteritid, mer brukervennlighet, mer konvergens – mer egenskaper rett og slett (Eriksen 2008). Og som Fredrik (25) poengterer: ”Friheten til å velge er det viktigste ved en musikkdevice”. Dette har økt brukernes fleksibilitet, valg og kontroll over musikken deres (Bull 2006:132). Et viktig addendum til historien om de mobile musikkmediene er at det er i kombinasjonen med hørelementene - som lar kun *en* bruker høre musikken – at de mobile avspillerne har oppnådd de spesielle kvalitetene de har i dag.

Som nevnt i innledningsdelen var det først og fremst MC formatet som gjorde lytting av innspilt musikk mobil. Flere av informantene jeg snakket med fremhever nettopp mobilitet som den mest appellerende egenskapen ved kassetten. Spesielt den eldre garde mintes hvor banebrytende tilførselen av nye måter å bruke musikk på var:

”Det kom aldri noensinne en gramfonspiller til bilen. Men det kom veldig fort en kassettspiller. (...) Plutselig fikk jeg *min* musikk med ut i bilen. Og det var lettere å ta med musikk på fester, og turer” (Ivar 55).

”For en god del år siden [i studietiden], da jeg hadde en Sony Walkman med kassett brukte jeg den litt når jeg jogga, og da opplevde jeg at når jeg var i skauen, for eksempel, og hadde ganske høyt volum på hodetelefonene, selv om nå ville jeg kanskje synes at lyden var dårlig, da opplevde jeg et veldig nærvær til musikken. Så jeg har jo hatt en god opplevelse også sånn sett, en sterk musikalsk opplevelse med det og, å enten gå eller løpe” (Jørn 50).

”Den [Walkmanen] var lett å ha med seg. Det blir som en iPod i dag. Du kan gå ut av rommet. Du kan flytte deg til andre steder. Den var lett å ta med på fester, og den var lett å ta med på turer. Det var et praktisk spørsmål” (Ivar 55).

Men også de unge husker en tid der kassetten var et viktig og relevant medium:

”Jeg fikk en Walkman da jeg var 6-7 år. Da kom fatteren hjem fra Sverige med Walkman. Kassetter fikk jeg etter hvert, men jeg lagde mine egne... Tok opp låter som gikk på radioen, og putta dem i Walkmanen. Og så brukte jeg meg selv som konferansier. Jeg var radiomann. I tillegg fikk jeg gitar da jeg var 9-10 år og da begynte jeg å spille inn selv på kassett” (Åsmund 23).

”Det var det mest lettvinne formatet på den tiden. Det var liksom vinyl eller kassett. Eventuelt radio, men der kunne man ikke bestemme. Det var den gang lett å kopiere, og så var det herlig at man kunne spille dem i bilen” (Åge 25).

Åsmund var såpass begeistret for Walkmanen og dens robusthet at han, på tross av å ha en velfungerende iPod, av og til velger å bruke Walkmanen når han skal på jobb.

”Vanligvis ville jeg tatt med iPoden min. Men jeg har faktisk tatt med meg Walkmanen min på jobb. Litt for å ha det gøy. Komme med Walkman i beltet. Den funker jo fortsatt den Walkmanen jeg har. Det er den jeg fikk da jeg var 6 år, og det er også et pluss. De blir jo ikke ødelagte, så lenge du tar godt vare på dem.

Det er jo ikke er noe finelektronikk i dem, mer mekanisk enn elektronisk, det er jo nesten bare tannhjul som går inni der, mye mer robust enn nyere spillere” (Åsmund 23).

Discmanen var for de fleste kun en videreføring av Walkmanen, dog med CD som lagringsmedium. Trass bedre lyd og mer effektiv spoling; en umiddelbar ulempe med Discmanen var hakking under avspilling som følge av vibrasjoner ved bevegelse – et besvær som verken Walkman eller senere MiniDisc og MP3-spillere har:

”Discmanen måtte jeg holde med to hender for at den ikke skulle hakke, så jeg kunne ikke bevege meg så veldig. Det var ikke en spesielt god Discman. Jeg fikk meg en Discman senere som taklet det her. Det stod til og med på pakken at det er anti-shock i 20 sekunder” (Åsmund 23).

Linda forteller at hun var sent ute med å skaffe seg MP3-spiller, men verdsetter den høyt og uttrykker takknemmelighet for at hun endelig slipper å bekymre seg for ufrivillig opphold under avspilling.

”Det var veldig irriterende. Jeg måtte trå varsomt for at ikke CD-en begynte å hakke. Med MP3-spilleren slipper jeg å tenke på det, og jeg kan hoppe og danse til musikken om jeg vil” (Linda 25).

Samtlige informanter, selv de som ikke eide en, roste MP3-spillerens (hovedsakelig iPoden) som mobilt lyttermedium. Dens små dimensjoner, lave vekt, enorme lagringskapasitet, meget brukervennlige håndtering, var alle egenskaper som ble omtalt som appellerende ved spilleren.

Med økende mediekonvergens har selv en vanlig mobiltelefon blitt en fullverdig MP3-spiller. Fredrik har tatt i bruk de nye mulighetene som digital teknologi åpner for, og laget seg et multimediasenter med tilgang fra telefonen sin.

”Har du mulighet til å ta musikken med ut av huset så er jo det mye bedre. (...) Jeg har forresten Sub Sonic på mobilen, som er Spotify for folk som eier musikken sin selv. Jeg kjører opp en server med all musikken jeg eier, som jeg har hentet ned, så tar jeg mobilen, og hvis jeg har trådløst nett på, kan jeg koble meg til serveren hjemme og spille av den på mobilen” (Fredrik 25).

På denne måten har han tilgang til samlingen sin tilsvarende måten som Thor og Jørn, med sine iPhone/Spotify telefoner, har tilgang til spillerlistene sine - men uten å måtte betale for noe abonnement.

### ***5.2.2) Motivasjoner bak lytting til personlige mobile medier***

Med iPoden omtalt som kulturelt ikon for forrige tiår i blant andre The Economist (Coleman 2009) forteller det mye om tiden vi lever i, der musikk er blitt like naturlig å ta med seg ut som lommeboken. Og slik øvrige kapitler har påpekt; en viktig grunn til at musikklytting er blitt mindre fokusert skyldes iPoden og dens mangfoldige egenskaper som musikkspiller. Hva

kommer så av at musikk må være med overalt? Hvorfor lyttes det til mobil musikk? I søken etter svar på disse spørsmålene vil jeg samtidig utforske hva som gjør egenskapen mobilitet verdifull for brukeren.

Det finnes flere motivasjoner for bruk av personlige musikkmedier, og som forklaringsgrunnlag har det vært vanlig å anvende varianter av urban teori. Fra dette perspektivet kan en se på urbane menneskers personlige musikkbruk som isolering – en reaksjon på sanselig overbelastning fra byens mange elementer (Simmel 1997). Alternativt kan en anta at bygatene er av lav semiotisk interesse for innbyggeren, og dermed får musikken en estetiserende effekt på omgivelsene (Sennett 1990). Et liknende konsept finner en ofte hos Zygmunt Bauman som forteller om storbyen som fremmedgjørende og full av potensielle farer (Bauman 1993).

Disse synene på urbant liv er unektelig negative, og forklarer at musikkbrukerens motivasjon til å lytte på mobile musikkmedier er å transcendere sine hverdagslige erfaringer gjennom skapelsen av egne private lydkonger, der brukeren kan kontrollere eller nøytralisere disse negative opplevelsene av byen.

En mer positiv tilnærming til opplevelsen av byen finner man i synet til Walter Benjamin. Fra hans perspektiv er storbyen en arena for estetikk, og musikk på øret vil da være med på å estetisere hverdagsopplevelsene til brukeren av MP3-spillere. Michel de-Certeau har med sitt bidrag til postmodernismen vist hvordan det urbane subjektet navigerer seg frem i metropolet etter eget (om ikke ubevisst) velbefinnende og til en viss grad uavhengig av omgivelsene (de-Certeau 1984). Musikken setter et spektakulært preg på omgivelsene og stimulerer til utforskning. Basert på blant andre ovennevnte teoretikere skriver Hilde Stenseng i sin masteroppgave *En vakrere hverdag* fra 2008 at bruk av MP3-spillere er med på å estetisere hverdagslige opplevelser og bidrar til å takle og minimere usikkerhet hos brukeren, samt generere ”utopiske” øyeblikk i hverdagen (Stenseng 2008:1).

Alle ovennevnte perspektiver er likevel utformet av visuell epistemologi av erfaring istedenfor en auditiv en. Dette påpeker Bull er viktig siden visuell tilnærming til opptreden har en tendens til å være eksternalistisk, mens lydbasert analyse forsøker å avdekke interne aspekter, noe som fører til forskjellige forklaringer på ulike elementers sammenheng knyttet til aktiviteter ved bruk av personlige mobile medier (Bull 2006:134). Lydbaserte forklaringsmodeller fokuserer på

musikkbrukernes prioriteringer av seg selv og de valgmulighetene vedkommende står overfor. Disse valgene vil vanligvis dreie seg om hvorvidt en vil interagere eller ikke med omgivelsene man passerer. Kontroll er en således hyppig brukt metafor på slik bruk av personlige mobile musikkmedier. Brukere av musikkavspillerne skaper seg ofte et kunstig samvær i isolasjonen som er konstruert gjennom et produsert lydbilde. Ved hjelp av musikken er brukeren dermed til en hver tid i stand å kontrollere og forandre egne sinnsstemninger og former for interaksjon med andre mennesker og omgivelser (ibid, Stenseng 2008).

Flere av informantene mine sa seg enig i at musikk gjorde forflytting fra sted til sted til et mindre strevsomt og kjedsommelig tiltak, og hadde en positiv innvirkning på deres sinnsstemning under reisen:

”Når jeg reiser så er det bare noe å høre på mens jeg ikke har noe annet å gjøre. Hvis ikke blir det veldig kjedelig å reise” (Åge 25).

”Jeg lytter mest når jeg reiser, på tog og buss og diverse. Jeg har en tendens til å kjede meg veldig lett så da må jeg ha enkel tilgang til noe [å høre på]” (Åsmund 23).

Ifølge Bull viser bruken av mobil lydteknologi hvordan brukere søker etter å fylle de stedene de daglig beveger seg gjennom med mening og egen tilstedeværelse: “The use of these technologies appears to bind the disparate threads of much urban movement together, both ‘filling’ the spaces ‘inbetween’ communication or meetings and structuring the spaces thus occupied” (Bull 2005:344). Når tiden mellom ulike gjøremål blir fylt med musikk, dannes en auditiv kokong som skjærmer mot omverden og gir brukeren en følelse av autonomi over tiden. Kjedsomhet og behov for å fylle opp tomrommene i hverdagen med underholdning, kan kanskje henge sammen med et krav som mange føler om at man hele tiden må gjøre noe nyttig. Det er ikke nok å bare ”være”. Eriksen drøfter dette fenomenet og påstår at ”[...] informasjonsflommen i vår andpustne tid er i ferd med å tette igjen mellomrommene, med det resultat at livet risikerer å bli en hysterisk serie av overbefolkede øyeblikk” (Eriksen, 2001:13).

IPoden har ofte blitt kritisert for å bidra til å skape en ny type egoisme i det offentlige rom. Ved å være plugget til iPoden argumenteres det for at man samtidig er plugget ut av samfunnet (Kaulingfreks & Warren 2008). Ved å ha på hodetelefonene signaliserer man dessuten at en ikke vil bli forstyrret.

”Når du går med iPoden og tar du på deg headphonsene og hører på, så slipper du de jævla tiggerne og driten som skal gi deg blader. Det er det jeg bruker den mest til når jeg er ute. Sitte på trikken og slippe å høre at folk snakker” (Fredrik 25).

MP3-spillere blir dermed en markør for personlige grenser og for mellommenneskelige relasjoner (Pitt 2008). Noen av de eldre informantene mine viste misnøye til bruken av MP3-spillere, delvis på grunn av at MP3 brukerens isolering skaper et ubehag hos dem som ikke er inne i lydkokongen.

”Jeg har ikke villet ha MP3-spiller. Litt ut ifra at jeg synes det er litt asosialt å sitte på buss og gå rundt med musikk på øret. Jeg synes det er litt utrivelig å gå inn på bussen og så sitter alle med hodetelefoner på seg. Jeg synes det er utrivelig å sette seg ned ved siden av en som sitter og hører på musikk. Særlig hvis det er noen jeg kjenner. Da synes jeg det er ubehagelig å sette meg ned ved siden av de, og de må liksom avbryte. Da føler jeg at jeg forstyrre dem med noe de holder på med” (Jørn 50).

Andre hadde en begrunnelse av mer praktisk orientering på hvorfor de ikke brukte MP3-spillere. ”Jeg har aldri hatt noe behov for å skaffe meg noe iPod eller MP3-spiller, det har i hvert fall blitt sånn” (Nils 53). Nils forteller at han fortsatt bruker Discman, dog mest som hjelpemiddel i jobbsammenheng.

”Hvis vi for eksempel skal gjøre en spillejobb og du har noe å ta igjen, for å si det sånn, som du er nødt til å lære deg, så kan det hende at jeg drar på hytta hvor jeg ikke har strøm, for eksempel, og har med meg Discman med batteri og øver ved hjelp av det. Jeg bruker ikke MP3-spiller. Ikke Walkman heller. Så steinalder er jeg tross alt ikke. Valget av Discman har sammenheng med at det er det formatet vi bruker når vi jobber med ting” (Nils 53).

Ivar (55) klager på øreproppene som følger med MP3-spillere, som ikke bare gnager i øret, men avgir lyd uten naturlig akustikk fra rommet. ”Jeg hater å gå med sånne ørepropper. Jeg prøvde en periode å høre litt, men jeg klarer det ikke”. For ham har det aldri vært naturlig å lukke seg inn i en privat musikkboble. Han reagerer dessuten med avsky på bruken av musikk til alle tenkelige aktiviteter. ”... Det er helt feil å gå og høre på musikk i skisporet for eksempel. Da skal du høre stillheten fra fjellet, ikke sant” (Ivar 55). Bruken av iPoden til alle døgnets tider, mener professor i filosofi ved Virginia Tech Joseph C. Pitt, svekker tilstedeværelsen i eget liv og opplevelsen av omgivelsene slik de virkelig er. ”Why go to the beach if you are going to avoid everything that’s there?” (Pitt 2008:162). Pitt problematiserer overbruk av mobile medier. Han frykter at behovet for autonomi gjennom kontrollert lyd i mindre interessante situasjoner vil utvides til en naturlig del av den kontinuerlige tilværelsen.

### 5.2.3) *Mobil musikk i arbeid*

”Etter at avspillingsutstyret ble bærbart og vi bare kunne plugge inn noen små høretelefoner, ble det definitivt slutt på at andre definerer hvilke sammenhenger musikk skal oppleves innenfor” (Ruud 2005:93). Dersom musikklytting oftere blir degradert til sekundæraktivitet betyr ikke det nødvendigvis at musikkens relevans for ens velvære er svekket. Flere av informantene mine forteller at de bruker musikk som et aktiviserende hjelpemiddel når de jobber eller ved andre primæraktiviteter. Til dette formålet er det vanligst å bruke mobile lyttermedier. Michael Bull har i sine studier av iPod-bruk tatt for seg blant annet dens betydning for personen på arbeidsplassen. I likhet med øreproppenes funksjon som et ”ikke-forstyrre” signalement til andre mennesker i bygatene, er iPodens tilstedeværelse på skrivebordet et tegn til andre medarbeidere om at en ikke vil bli forstyrret, så sant det ikke dreier seg om noe viktig og arbeidsrelatert (Bull 2006:142). Noen av informantene mine hevder at musikk på arbeidsplassen gir dem høyere konsentrasjon i sitt arbeid.

”Jeg lytter på musikk når jeg skal konsentrere meg om arbeidsoppgaver. Det kan være å skrive dokument eller gjøre beregninger eller analyser. Så det er når jeg skal konsentrere meg, rett og slett. Den [musikken] lukker ut verden. Da kan vaskekjerring være vaskekjerring, og jeg kan få ha ting rundt meg og jeg kan klare å konsentrere meg om det jeg skal gjøre” (Thor 53).

I dette tilfellet er ikke musikk en distraksjon til arbeidet, men et sekundært element som styrker effektiviteten i primæraktiviteten ved å hjelpe til å holde fokus på arbeidsoppgavene i stedet for å la tankene vandre. Mobiliteten og personlige hørelementene er derfor verdifulle egenskaper for den moderne arbeideren. Bull skriver at flere av iPod entusiastene han var i kontakt med, som også bruker mobiltelefonen (andre enn iPhone), foretrakk iPoden. En av grunnene skyldtes:

”...the continuous nature of iPod use through which the user constructs an auditory cocoon around them which in itself is often experienced as empowering as contrasted to the discontinuous nature of mobile phone use whereby the user is always potentially at the beck and call of others” (Bull 2006:132).

Til forskjell fra Bulls informanter som brukte iPoden på jobb, har Thor i det siste tatt i bruk iPhoneen med Spotify Premium applikasjonen. Dette innebærer ikke bare at det potensielle musikkutvalget hans nå er nesten ubegrenset, men at han samtidig er tilgjengelig, og ikke helt ”borte”. Lydkokongen er ikke fullstendig forseglet og ugjennomtrengbar. Med Spotify på iPhoneen har enda en dimensjon oppstått, nettopp muligheten til å bli avbrutt.



”Den ultimate forskjellen når du bruker et medium som iPhone er det at du er ikke utelukket fra verden. Altså, ringer det noen til deg da, så er du fortsatt på nett. Men sitter du med headset på en iPod eller PC så er du, på en måte, borte. Her er man i hvert fall mulig å få kontakt med. Man kan være i en jobbsituasjon uten at man blir borte. Det er positivt fordi jeg tror at tidligere så hadde jeg reagert hvis jeg hadde sett en kollega sitte med ørepropper på, så hadde jeg trodd at 'faen, nå må du sette i gang å jobbe, gutt’” (Thor 53).

Thor ønsker å kunne bli avbrutt, slik at arbeidet forblir primæraktivitet, og at musikkens plass er alltid å være et sekundært element i omgivelsene og konsentrasjonsfremmende for handling. Ikke alle er i stand til å konsentrere seg eller øke effektiviteten ved hjelp av musikk. Enkelte av informantene mine har, som tidligere vist, uttrykt en motvilje mot å ha musikk på ørene til enhver tid, og finner det vanskelig å utføre primæraktiviteten med full konsentrasjon.

”Egentlig har jeg veldig lite bakgrunnsmusikk i livet mitt. Jeg klarer ikke å konsentrere meg om to ting. (...) Skal jeg konsentrere meg veldig må jeg ha det rolig rundt meg, ikke sant. Musikk fanger jo opp oppmerksomheten” (Ivar 55).

Dette kan muligens sees i sammenheng med at i størsteparten av livet deres var musikk kun forbeholdt hjemmet, og lytting forekom oftere som primæraktivitet.

\*

I dette delkapittel har jeg fokusert på mobilitet som egenskap ved musikkformatene. Mobil lytting har historisk sett åpnet for nye måter å bruke musikk på, på ulike arenaer, noe informantene mine uttrykker stor glede over. Jeg har beskrevet ulike motivasjoner for lytting til mobile medier og støttet meg til teorier som viser at inntrykkskontroll, autonomi, estetisering av omgivelsene og konsentrasjon er viktige grunner til at folk bruker mobile lyttermedier. De fleste opplever derfor bruk av MP3-spillere som positiv, men flere av de eldre reagerer negativt på den allestedsnærværende bruken av musikk.

### **5.3) Visuell lytting**

Et annet essensielt aspekt ved musikk som handelsprodukt og opplevelse av innspilt musikk, har i store deler av det tjuende århundret dreid seg om det visuelle inntrykket man får i form av albumcover, booklets, plakater og annet billedmateriale som følger med musikkproduktet. Jeg vil derfor i dette delkapitlet ta for meg det visuelle aspektet som en egenskap ved de ulike musikkformatene og undersøke dets betydning for brukerne av mediene.

### 5.3.1) *Albumcoveret blir til*

Som tidligere nevnt var folk i tiden før musikk ble risset inn i noe medium, avhengige av en musikers tilstedeværelse for å erfare en musikalsk opplevelse. Samtidig var den visuelle opplevelsen, det å se musikk bli til foran øynene på lytteren, en naturlig del av den helhetlige opplevelsen. Introduksjonen av fonogrammene medførte at musikkens visuelle dimensjon har endret karakter.

Fram til 1940-tallet ble grammofonplater solgt hovedsakelig i nøytrale pappcover med artistens og verkets navn påskrevet i enkel, udramatisk form. I 1939 ble grafikeren Alex Steinweiss ansatt ved Columbia Records. Han sies å være oppfinneren av det moderne albumcoveret og dets billedpyrd på grunn av sine nyskapende designkonsept som utvidet egenskapene til 78-er emballasjen fra å kun ha nytteverdi som innpakking for sjellakkplaten, til å bli en del av den estetiske opplevelsen ved musikklytting. Ikke minst sørget dekoren for å differensiere produktene i platebutikkene, og ble raskt en naturlig del av markedsføringen av artister (Kohler 1999 og Marmorstein 2007). I løpet av noen få måneder etter lanseringen av de første fargerike motivbelagte coverne steg platesalget til Columbia Records med over 800 prosent (Marmorstein 2007:333). Albumcoveret som verdifull egenskap ved musikkproduktet var et øyeblikkelig faktum.

Utover det senere 60-tallet ble man ekstra bevisst albumcoverets visuelle uttrykk og dets stilistiske sammenheng med musikken det representerte. Det ikoniske albumcoveret til The Beatles' *Stg. Peppers Lonely Hearts Club Band* var grensesprengende hva kreativ design angikk, og ble inspirasjon for en hel generasjon artister (Benson 2008). Musikk ble et multimodalt produkt, altså en meningsskaper som baserer seg på flere tegnsystemer. I en diskusjon med Robert Benson<sup>40</sup> hevder Gary Freiberg<sup>41</sup> at albumcoveret alltid har avspeilet sosiale verdier, livsstiler, mote, politiske synspunkter - alt sett gjennom en kunstners prisme. "It reflected who we were, who we were supposed to be, and at times, led who we became" (ibid).

---

<sup>40</sup> Benson er pasjonert vinylsamler og driver nettstedet [www.collectingvinyl.com](http://www.collectingvinyl.com). Han har også forfattet håndboken *Collecting Vinyl Records*.

<sup>41</sup> Freiberg er grunnleggeren av RockArtPictureShow.com – en butikk som selger albumrammer, og Vinyl Record Day – en ikke-kommersiell interesseorganisasjon som har som mål å spre kunnskap om og feiring av vinylen som musikkmedium.

### **5.3.2) Mindre cover – mindre bilde**

Det er tydelig at de visuelle tilleggselementene ved musikkmediet – først og fremst LP-platen – har vært viktige egenskaper som har bidratt til å heve verdien til musikkproduktet; verdi av både økonomisk, estetisk og emosjonell art. Med introduksjonen av kassetten, og deretter CD platen, som begge er av betydelig mindre størrelse enn LP-en, minket samtidig coveret og den visuelle tyngden til den innspilte musikken. Benson uttrykker sorg over det han mener er et stort tap av et viktig element i popkulturen

“Album cover design is an art form and allows the musicians greater control over the content and another important avenue in which to express themselves. In my humble opinion (and I share this opinion with countless others), with the advent of the CD, the music buying public lost a national treasure, album cover art. It is part of pop culture and recorded music in general. Sure, CD’s offer you a “stripped down” version of the original cover art, but it certainly pales in comparison to the real thing. I am sure Mr. Steinweiss would totally agree with me” (Benson 2007).

I overgangen til digitale filer forsvinner ikke bare det taktile, men også det visuelle blir avskåret fra musikkproduktet. I beste fall blir det redusert til kun et miniatyrbilde av det originale coveret med den funksjon av å være en gjenkjennelsesfaktor ved avspilling på PC eller iPod, eller ved gjennom søking av digitale samlinger (Garner 2008:33). Peter Saville<sup>42</sup> er nådeløs i sine refleksjoner om denne utviklingen. Etter hans mening er albumcoverets tid forbi, ikke bare som følge av de mobile medienes større innpass i de unges musikalske virkelighet, men den moderne ungdomskulturen generelt: "We have a social disaster on our hands. The things that pop music was there to do for us have all been done... there's nothing to rail against now" (Bignell og Sunyer 2008).

### **5.3.3) Visuell lytting – et fortidsfenomen?**

Som følge av digitaliseringen og den påfallende forvitringen av den materielle sfæren (sett særlig gjennom CD salgets dramatiske fall det siste tiåret<sup>43</sup>) er det verdt å undres over om hvorvidt det visuelle aspektet ved lytting til avspillingsmedier, har mistet sin verdi for musikkbrukeren. Jeg spurte derfor mine informanter om det visuelle uttrykket til artisten spilte noen rolle for musikkopplevelsen ved lytting på deres mest brukte medier. Svarene var nokså blandet i begge

---

<sup>42</sup> Saville er en britisk kunstner og grafisk designer kjent for å da designet et utall albumcover, blant annet for New Order og Joy Division.

<sup>43</sup> I følge IFPI er CD salget i Norge omtrent halvert siden 1999 (IFPI 2009a).

aldersgruppene, og ulike variabler ble vektlagt. Bjørn satte for eksempel pris på bilder av artisten som stod i stil med musikken som var innspilt på CD-en.

”En del av uttrykket til band tar jeg til meg både visuelt og gjennom musikken. Hvis det er et ekstremt tungt metal band med masse aggresjon og du ser i CD coveret at det er bilder av nedtatoverte folk som står og huler av full hals, så forsterker det inntrykket av musikken” (Bjørn 25).

For enkelte hadde coveret en forholdsetablerende funksjon. Det er en visuell invitasjon til hva det soniske innholdet har å by på:

”Når jeg står i plateforretning og hører på, så vil jeg gjerne ha coveret der” (Jørn 50).

”Når du leser en god roman så må du av og til se på frontpagen, ikke sant, du danner deg et bilde, og sånn er det ofte med musikken også” (Thor 53).

Enkelte ble mer enn bare begeistret for særlig forseggjorte produksjoner:

”Jeg har kjøpt noen CD-er der jeg aldri har hørt om artisten, men han hadde jævlig fett cover. Gjerne med litt sånn blinking og litt sånn sølv og slikt. Jeg går rett i fella hver gang” (Åge 25).

Åge var her muligens unntaket, da samtlige av de andre informantene hevdet at de ikke pleide å kjøpe musikk utelukkende basert på coverets appell. Åge, som tidligere omtalte seg som nybegynner i bruken av LP-platen, mener at vinyl gir en større *helhetsopplevelse* av musikkproduktet, nettopp på grunn av det sterke visuelle uttrykket.

”Jeg liker å ha noe å holde i. Og jeg liker å se det visuelle, både ved CD og ved vinyl (...) Coveret har absolutt en innflytelse på musikkopplevelsen, i hvert fall når jeg hører på vinyl. Jeg får et bedre inntrykk av hvordan hele produktet er. Store bilder er fint” (Åge 25).

Sett i sammenheng med førstegangslytting og lytting som primæraktivitet, er det visuelle aspektet en høyt verdsatt egenskap for enkelte brukere av taktile musikkformater. Dorthé derimot hadde heller lite tro på en mulig sammenheng mellom musikkopplevelse og coverdesign:

”Altså, jeg synes det kan være mange vinylcover som er fine, de kan se estetisk fine ut, men det har ikke noe å si for musikkopplevelsen. Kan hende at det har det ubevisst, at jeg assosierer en eller annen med et cover jeg synes er veldig fint. Det kan jo hende, men jeg tror ikke det. Jeg har aldri tenkt at det har noe sammenheng” (Dorthé 23).

Flere av de eldre informantene erkjenner at de var mer opptatt av coveret før i tiden enn nå, både fordi det var mer interessant for dem da de var unge, men også fordi LP-en den gang var det vanligste mediet.

”Cover og coverdesign har hatt større betydning før enn nå, fordi de opplagt hadde større plass å boltre seg på for å vise frem visualiseringen av produktet (...) Det er også et spørsmål om alder vil jeg si, fordi det er

ganske opplagt, hvert fall for meg, at musikksmak og også måter å bruke musikk på endrer seg med alderen” (Nils 53).

”I gamle dager satt vi og bladde i covrene, det er nesten så du levde deg inn i bildene” (Thor 53).

Ivar hadde klare formeningar om hva det visuelle aspektet ved musikklytting hadde å si for hans opplevelse av musikk i dag:

”Ingen verdens ting. På ingen måte. Klart nei (...) Det visuelle var jeg nok langt mer bevisst på den gang, men det var fordi hele opplevelsen var helt annen. Det var nesten litt hellig. Det var en helt annen funksjon den gangen. Du kan ikke sammenligne det med i dag” (Ivar 55).

En kan her trekke paralleller til leserinnlegget til Wilson som understreket hvor viktig blant annet det visuelle elementet pleide å være for lytteropplevelsen i hans yngre dager. Denne ”helligheten” ved opplevelsen skyldes en dyp tilført verdi i artefakten, der både det taktile og visuelle utstråler en sterk emosjonell appell.

#### **5.3.4) Visuell lytting på mobile medier**

Det er særlig i forhold til de mobile musikkmedier at det visuelle mister sin kraft som verdifull egenskap for brukerne. Bjørn (25) er en av flere som forteller at det visuelle uttrykk ikke har noe som helst betydning for digitale filer, ettersom de som oftest blir brukt på MP3-spilleren, som igjen blir brukt under omstendigheter som egner seg dårlig til beskuelse av cover, bilder eller tekster. ”Jeg må jo nesten se hvor jeg går hen”. Fredrik (25) derimot, foretrekker å ha bilder som en estetisk effekt på samlingen på MP3-spilleren. ”På iPoden har jeg vel coveret på de fleste. Det er jo visuelt pent, men det er bare pynt”. Coveret har ingen forsterkende effekt til selve musikken under lytting, men fungerer godt som et gjenkjennelsesikon ved organisering og søk i samlingen.

Jørn setter pris på den visuelle tilleggsinformasjonen som følger med en musikkutgivelse og synes mobile streamingtjenester kommer til kort på dette området.

”Det jeg ikke liker ved Spotify [på iPhone] er det at jeg ikke får sett på bilder, lest tekster, se hvem som er musikerne, hvem som har produsert og sånt” (Jørn 50).

Michael Bull forteller at den estetiske verdien i det visuelle ved musikk har skiftet plattform; fra lagringsmediets cover til selve avspilleren:

”One of the interesting things is that with vinyl, the aesthetic was in the cover of the record. You had the sleeve, the artwork, and the liner notes. With the rise of digital, the aesthetic has left the object - the record sleeve - and now the aesthetic is in the artifact: the iPod, not the music. The aesthetic has moved from the

disc to what you play it on ... and the iPod mini [Nano] will appeal to those who want an artifact for style” (Kahney 2004).

Åsmund (23) gikk nylig fra sin seks år gamle Creative MP3-spiller til en iPod nano. Selv om grunnen til bytte dreide seg primært om kompatibilitet med Mac-en hans, erkjenner han at Apples vektlegging på design gjør produktene mer attraktive.

### **5.3.5) Visualisering av stasjonær digital musikk**

Fredrik var, som tidligere nevnt, den informanten som i størst grad brukte PC ved musikklytting, og som ellers virket å være mest fortrolig med digitale medier og digital estetikk. Der flere av de andre informantene ikke la spesielt vekt på cover og billedmateriell ved musikkfilene (eller at de heller savnet mer av sådan i de digitale løsningene som allerede finnes), understreket Fredrik at nettopp disse elementene hadde stor betydning for ham.

”Mac er jo veldig opptatt av design og sånt. Og da har du gjerne et bilde nede i hjørnet av coveret. Og da ble det å hente ned cover til alle albumene. Jeg gjorde det mye før, før Spotify kom ut. Da måtte jeg ha coveret for at det skulle se fint ut på Mac-en. (...) Det må jo se riktig ut. Det kan ikke bare være et tomt cover der, når jeg satt ved Mac-en da” (Fredrik 25).

Det visuelle aspektet er her en virtuell imitasjon av tradisjonelle musikkformater, der en administrerer og ordner musikkksamlingen sin, og sørger for at cover og lydmediet hører sammen. Det virker som kun de færreste er like opptatt som Fredrik med å ha slik struktur på musikkfilene, og han har flere venner som ikke engang vet hvilket billedmateriell som tilhører godt likte artister.

”Hvis jeg har Mac-en med meg på hyttetur og vi spiller musikk, så er liksom den widgeten alltid med. Vi spiller artisten og studerer coveret, og det er mange som ikke har peiling. 'Oj, er det coveret til den sangen?' - kan de si” (Fredrik 25).

En utprøvd løsning for den visuelt tappede digitale lyttermassen er iTunes LP formatet, introdusert av Apple i september 2009. Tjenesten lar brukeren ”bla” gjennom bilder og annen multimedia synkront med musikken via PC. Dette kan sees som et forsøk på å simulere interaksjon med fysiske musikkformater, men også et forsøk på å tilføre nye opplevelser. Uansett vil interaksjonen med det virtuelle musikkproduktet, slik Garner har påpekt tidligere, aldri kunne sidestilles med det taktile (Garner 2008:33). Likevel, ved å ha en multimodal opplevelse med

digital musikk, kan det tenkes at lyttingen blir mer fokusert, at brukeren blir mer engasjert, på samme måte som LP-ens egenskaper engasjerte lytteren før i tiden<sup>44</sup>.

### 5.3.6) *Mediert simulering av virkeligheten*

Det visuelle ved musikken har, som Leppert nevner i oppgavens kapittel 2.2, alltid vært knyttet til lytterens observasjon av artisten som frambringer lyden der og da. Med ulike audiovisuelle medier er det i dag mulig å simulere en slik opplevelse selv om artisten ikke er fysisk til stedet, ja til og med ikke i live.

”Etter hvert nå så synes jeg det at for å komplettere en artist jeg liker vil jeg gjerne kjøpe en DVD av ham for å se hvordan ser nå han her ut. Hvordan ter han seg? Ikke sant, for å få et [sterkere] forhold til ham” (Thor 53).

Den russiske komponisten Igor Stravinsky påpeker hvor mye artistens visuelle utstråling har å si for en helhetlig musikalsk opplevelse: “The sight of the gestures and movements of the various parts of the body producing the music is fundamentally necessary if it is to be grasped in all its fullness” (Katz 2005:20). TV bilder kan i så tilfelle erstatte mangelen på artistens fysiske tilstedeværelse. I sin hovedoppgave *Lyden av levende bilder* (1995) hevder Arnt Maasø at lyd og bilde i film og TV er samvirkende og sammenfiltrende. Herfra beskriver han forholdet mellom dem som en *audiovisuell dialektikk*: “Denne samtalen mellom lyd og bilde smelter sammen til en audiovisuell syntese på et høyere plan: den teksten som vi som mottakere tolker (Maasø 1995:31). Opplevelsen som åpenbares for brukeren av audiovisuelle medier som DVD er større enn bare summen av lyd og bilde fordi de begge kompletterer hverandre i en slik grad at det skapes en større betydning, en tilleggsverdi til opplevelsen, når de virker sammen (ibid). Det er altså samvirket mellom lyd og bilde som kan gi helhetsopplevelsen en tilleggsverdi.

\*

---

<sup>44</sup> iTunes LP har fått heller lunken omtale hos kritikerne og enkelte mener at iPhone Apps gjør like god nytte for den digitale musikkbruker (Omdahl 2009).

I dette delkapitlet har jeg utforsket betydningen albumcover og billedmateriell har for musikkbrukeren. Det er individuelle skiller i hvor viktig det visuelle som egenskap er for brukeren under lytting i dag, og dette har en klar sammenheng med musikkformatet. Det visuelle er unektelig knyttet til det taktile, og LP-en står som sterkest representant for begge egenskapene. Med økt bruk av mobile medier minker samtidig betydningen til det medierte visuelle uttrykket for en helhetlig musikalsk opplevelse. Likevel er det interessant å legge merke til at det visuelle fort blir en naturlig del av lyttingen, så sant dette er den primære aktiviteten.

#### 5.4) Lydkvalitet

”Vet den digitale generasjonen hva god lyd egentlig er?” (Ivar 50).

Musikk som kommodifisert vare, som rent salgsobjekt, vil ideelt sett være gjenstand for samme bruk av terminologi som hvilket som helst annet produkt på et marked. Det vil derfor være interessant for kunden å vite *kvaliteten* på produktet han/hun ønsker å kjøpe. Siden man i all hovedsak kjøper musikkprodukter for musikkens skyld (selv om det finnes de som, i Eisenbergs beskrivelse tidligere, er mer opptatt av andre aspekter ved artefakten), og sett bort ifra at det er musikk man faktisk liker, vil det være naturlig å tro at det er kvaliteten på *lyden* som er av primær interesse. På samme måte som kvaliteten på mat er av interesse for restaurantbesøkende. Ulike innspillings- og avspillingssystemer og *kombinasjonen* av dem gjør at ved endringer i disse faktorene kan lyden, i større eller mindre grad, bli annerledes for lytteren (særlig for den spesielt oppmerksomme, ville nok enkelte ha tilføyet).

Historisk sett har ulike formater brakt med seg ulik lyd. Med mange av dagens teknologiske underverker tatt i betraktning, skulle en tro at det perfekte lydmediet med best mulig lydgjengivelse var på plass som standard for den musikksultne forbrukermassen. Likevel er det flere, i både bransjen og fra forbrukersiden, som hevder at så ikke er tilfellet (Milner 2009, Coleman 2005). Det har for eksempel vært en kjent diskurs gående helt siden CD-ens etablering om dens lydmessige mangler i forhold til LP-en. Komprimeringen av digitale filer er en videreføring av denne debatten, der MP3-filer blir sett på som et kraftig tilbakesteg hva lydkvalitet angår (Milner 2009:354-358).

Men hvem bryr seg egentlig? Er lydkvalitet bare en estetisk luksus kun for de særeste audiofile med for mye fritid, eller er det noe som også den jevne musikkbruker vet å sette pris på? Jeg



ønsker med dette å finne ut om, og i så fall i hvilken grad, lyd kvalitet som egenskap ved musikkformatene blir verdsatt av musikkbrukere. For å gjøre det vil jeg først ta et skritt tilbake for å se nærmere på utviklingen av musikkformatene med utgangspunkt i deres lyd kvalitet, og hvordan dette påvirket musikkonsumet. Underveis vil jeg legge frem informantenes betraktninger om formatene og deres syn på formatenes egenskap som gjengivere av god lyd<sup>45</sup>. Jeg legger til at deres bevissthet om lyd kvalitet er individuell og informantenes ytringer gjenspeiler dette.

#### **5.4.1) High Fidelity – nærmere og nærmere sannheten**

Det tjuende århundret blåste liv i forbrukersamfunnet, og et utall av nye produkter dukket opp. Flere medieprodukter begynte å konkurrere om forbrukernes penger. Innføringen av fjernsynet ved midten av forrige århundre, medførte store endringer i forbruksvaner, både økonomisk og sosialt sett (Ellis 2000). På 1950-tallet kunne man merke seg en endring i personlig forbruk som gikk ut på en økt etterspørsel etter dyrere, mer teknisk raffinerte radioer og fonografer (Morton jr. 2004:130). Film og radioindustrien hadde fra 30-tallet av stått i bresjen for forbedring av elektroniske opptak-, reproduksjon-, og lydforsterkningsteknikker. Denne forbedringen av lyd gjengivelse i lydmedier fikk etter hvert betegnelsen *high fidelity* (forkortet hi-fi), og det var spesielt produkter assosiert med dette begrepet som ble ettertraktede varer for den voksende middelklassen.

Grunnleggende for high fidelity-fenomenet var entusiasme for opptaksteknologi, noe som brøt med tidligere holdninger til fonografen. Helt fra det første musikkmediets spede dager hadde flere kritikere karakterisert fonografen som en annenrangs måte å lytte til musikk på, og t.o.m. spådd kulturutviklingens undergang. I 1906 talte marsjkomponisten John Philip Sousa i en høring i den amerikanske kongressen:

“These talking machines are going to ruin the artistic development of music in this country. When I was a boy...in front of every house in the summer evenings, you would find young people together singing the songs of the day or old songs. Today you hear these *infernal machines* going night and day. We will not have a vocal cord left. The vocal cord will be eliminated by a process of evolution, as was the tail of man when he came from the ape” (Lessig 2008:24-25).

---

<sup>45</sup> Dette er selvsagt en forenkling av et komplekst konsept hvis beskrivelse krever forklaring fra ulike fagområder.

Den suspekke holdningen endret seg omsider da man fikk øynene opp for den teknologiske fremgangen og potensialet som lå i en naturtro gjengivelse av lyd.

De første high fidelity entusiastene var ofte radio og studioteknikere med stor interesse for musikk og med tilgang til ny teknologi. En konsensus blant lydteknikerne var at musikk man hørte hjemme på radio, eller på plate ideelt sett skulle høres helt lik den originale utførelsen. Den skulle, med andre ord, fremheve en høyere ”sannhet” (*fidelity*), fra originalen (Morton jr 2004:131).

”A hi-fi system is really an illusion engine, a type of mechanical contrivance that hypnotizes the audience into thinking musicians are somehow present (or at least nearby). If the contrivance fails in this, it fails utterly, just as a magic trick entertains or it doesn't” (Olson 2005).

I følge vitenskapen skulle det være mulig å måle denne ”sannheten”. Å måle absolutt alle aspektene ved lyd var naturligvis umulig, men ingeniører på 1930- og 40 tallet var i hvert fall i stand til å måle lydsignalets frekvensbredde, forvrengningsnivå, signal-til-støynivå<sup>46</sup>, og flere andre viktige faktorer. Det ideelle opptaksmediet skulle kunne ta opp hele frekvensspekteret som var hørbart for menneskeøret, med minimal forvrenging av signalet, og uten å tilføye noe sus, spraking eller annen ulyd. På denne tiden kunne ingen medier gjøre dette feilfritt, og spredning av frekvensbredden og eliminering av forvrenging og bakgrunnsstøy ble et hovedmål for hi-fi bevegelsen (Morton jr. 2004:131).

#### **5.4.2) LP – ”Den gode lydens gullalder”**

Colombia Broadcasting System's (CBS) introdusering av long-play platen ga hi-fi bølgen et solid løft på 50-tallet. Vinylmaterialet, kombinert med bedre opptaksrom og hi-fi avspillingsutstyr avga mindre bakgrunnsstøy (Morton jr 2004:135). I 1958 lanserte dessuten plateindustrien de første platene med stereolyd, en egenskap som tilfører dybde i lydopplevelsen og gjør den mer tredimensjonal (Dahl 1997: 35).

LP-platen har siden dens introduksjon og selv frem til i dag blitt av mange ansett som det ypperste mediet innen naturtro musikkgjengivelse. Ingen av informantene mine vedkjente seg å være såkalte audiofile, men flere, spesielt de over femti, mente at LP-en avga bedre lyd enn de

---

<sup>46</sup> Signal-to-noise ratio (SNR eller S/N) brukes til å kvantifisere hvor mye et signal har blitt forstyrret av støy.

fleste digitale mediene. Forskjellen var spesielt merkbar i forhold til MP3 eller andre komprimerte filformater.

”Det finnes ikke noe moderne medium som gir deg den samme lydopplevelsen som den gamle LP-platen. Og det vet man jo fordi man beskjerer frekvenser” (Ivar 55).

”Jeg synes faktisk at kvaliteten på den gamle vinylen var bedre enn de formatene jeg finner i dag, men den store forskjellen er jo at forsterkere og høyttalere og sånt er mye bedre i dag, så det oppveies nok lite grann” (Thor 53).

”Jeg er vel, må jeg vel innrømme, relativt konservativ når det gjelder lyd, og synes faktisk de enda ikke har greid å lage et like organisk format som LP-platen. Det er jo en grunn til at lydentusiaster fortsatt faktisk velger det formatet” (Nils 53).

God lyd krever likevel mye innsats og tilrettelegging av riktig utstyr, noe som visstnok kan virke avskrekkende for den som ikke ønsker å bruke, eller finner, tid til å oppnå best mulig lyd.

”Jeg er veldig bevisst den [lydkvaliteten], men det er så mye styr for å få det til, så jeg gidder ikke i hverdagen” (Ivar 55).

Dette kan også sees i sammenheng med Åges (25) tidligere beskrivelse av hvordan hele lytteropplevelsen blir annerledes ved lytting til LP-er som følge av forberedelsene som må til for å spille av mediet. Selv om det hovedsakelig var de eldre informantene som hadde nærest forhold til LP-en, og hadde klareste formening om LP-en som godt lydmedium, var det likevel flere unge med lovord om vinylplaten, da som et medium best egnet for eldre musikk.

”Det er noen ganger jeg har opplevd at det er en annen lyd. Men det har jo sikkert noe med selve høyttalerne og forsterkerne å gjøre. Men at man får en litt mer sånn... la oss si noe gammel soul musikk man hører på, og så er det den der knitringen på plata, ikke sant. Man får en mye mer autentisk musikkopplevelse hvis man hører på gammel musikk når man har LP-en, enn når man har kjøpt seg en CD, tror jeg” (Dorthe 23).

”Jeg er veldig glad i LP-lyden. Lydkvaliteten på LP-er er jo litt så som så, men den har jo sin sjarm. Og hvis man skal høre på analoge opptak fra gammelt av, så synes jeg at platespiller er best. Da får du høre musikken sånn som den skulle være” (Åsmund 23).

Bjarne (25) fortalte at LP i kombinasjon med jazzmusikk ga ”... den ultimate estetiske opplevelse”, som på grunn av den karakteristiske knitringen sammen med ”den store sorte platen ga et skittent, gammelt uttrykk”.

#### **5.4.3) Hi-Fi på bånd**

De første kassetene var ansett som alt annet enn hi-fi, men til gjengjeld var de altså svært mobile og praktiske. Man fikk plass til over en time med musikk på et bånd som fikk plass i ens lomme. Av tidlige forbedringer av kassettsystemet kan det nevnes utviklingen av Low Noise bånd i 1968

og introduksjonen av Dolby-B støyreduksjonssystemet i 1970 og 1972 (Dahl 1997:37). Senere tids utvikling har ført til at de fleste apparatene nå har gjennomgående bedre kvalitet enn de opprinnelige hi-fi normene forutsatte<sup>47</sup>. Musikksekskapene klarte likevel aldri å finne en måte å få lydkvaliteten på masseproduserte kassetter til å nå opp til LP-ens standard (Morton jr. 2004:170). Og det er ikke for den gode lydkvaliteten kassetten blir omtalt blant mine informanter. Snarere tvert imot.

”Det er forferdelig dårlig lyd. Det er jo særlig når kassettbåndet blir gammelt, når det blir avmagnetisert så er det jo helt håpløst. Men kassetten på sitt beste, når Nakamichi<sup>48</sup> eller noe sånt spiller, så er det jo flott. Da er det nok mange som ikke ville ha hørt forskjell fra et annet godt medium. Men mye av det man hører rundt omkring av kassettspillere som fortsatt er i drift er jo forferdelig” (Jørn 50).

”Det er lett å ramse opp ulempene: De låter fryktelig dårlig! De er gjenstand for båndslitasje så de har kort levetid. Det er vel de to viktigste” (Nils 53).

Til gjengjeld blir kassetten verdsatt for dens pris, små dimensjoner, og at dens opptaksmuligheter gjorde musikken mer interaktiv for brukeren.

”De var jo billig da. 120 minutter for ca 30 kroner. Altså, du kunne spille inn to LP-er for 30 kroner, eller noe sånt. Jeg kjøpte jo alltid det dyreste jeg kunne få tak i av kassetter. Jeg var opptatt av kvalitet. Jeg er ikke på noen måte ekstrem, men jeg var opptatt av kvalitet, jeg ville ha en ganske god kassettspiller. Jeg var alltid på jakt etter det nyeste, og beste av kassettbånd” (Jørn 50).

”Det er veldig lett å forholde seg til og ta opp på, og spole frem og tilbake og sånne ting. Det er åpenbart et mye lettere format å forholde seg til enn LP-en, fordi det er mye mindre format fysisk sett” (Nils 53).

Thor har, som tidligere nevnt, påpekt forskjellen mellom vinyl og kassetten på bakgrunn av eierskapsforholdet til formatene, der vinylen viser seg å ha større verdi enn kassetten. På samme måte illustrerer han forskjellen på formatene når det snakkes om bruk og lydkvalitet i hans ungdomstid:

”Jeg har hatt to svære pappesker, jeg tipper jeg har hatt 500 kassetter minst, om ikke bortimot 1000, fullpakket av kjempeflott musikk. Alt har jeg kastet. Det hadde ikke noe verdi, mens LP-platene mine står på loftet og dem ville jeg aldri finne på å kaste (...) Vinylen bar opplevelsen, mens kassetten kun fungerte i bilen samt som opptaksmedium for å bli kjent med nye artister. Det var litt miks av mitt eget, litt opptak i fra radio, litt miks i fra kompisene” (Thor 53).

Etter Thors skjønn kvalifiserer ikke kassetten seg som legitim bærer av musikkverket. Den fungerte snarere som en smaksprøve og som mobil mellomstasjon frem til LP-en ble kjøpt. En

---

<sup>47</sup> Et forsøk på å standardisere det noe diffuse begrepet hi-fi ble i 1973 utprøvd med blandet hell av Deutsches Institut für Normung. DIN 45 500 standarden var ment å forsikre kunder om at musikkutstyret var hi-fi godkjent (Jarlevang 2000).

<sup>48</sup> Nakamichi er et Japansk elektronikkfirma spesialisert på høykvalitets lydutstyr, primært kassettspillere.

kan dermed se på kassetten kvalitetsmessig og funksjonsmessig tilsvarende dagens MP3-filer. Professor Carl Beatty fra Berklee College of Music er enig, og hevder at mobilitet trumfer kvalitet som egenskap for folk flest (Beatty 2007).

Blant de yngre informantene rår nostalgien til selve bruken av kassett, i en tid der de var barn, og hvor det er rimelig å anta at kvaliteten på lyden var mindre vesentlig enn bruksverdien til formatet.

”Jeg må si at jeg savner tiden da jeg tok opp musikk og lagde radioprogram på kassett” (Linda 25).

”Jeg hørte på mange barnestjerner. Kardemomme by og sånt. Sånne type lydbøker i dag, bare på kassett. (...) Jeg har også tatt opp. Laget sånne tulleprogram, laget radioprogram mens man snakker til seg selv. Som man gjorde med venner når man var liten (Dorthe 23).

Åsmund har en særdeles positiv holdning til kassetten, og lovpriser lyden som han faktisk mener ga formatet et tiltalende særpreg.

”Jeg er fortsatt fan av Walkman. Jeg liker kassetter. Jeg liker lyd kvaliteten på en kassett. Den er sjarmerende. Litt sånn god og fyldig lyd. Jeg hadde også sånn EQ på Walkmanen som jeg kunne stille opp og ned. Den var ikke så veldig bra, men jeg pleide å kjøre full bass og lite diskant. (...) Jeg har Beatles på kassett, så det har jeg hørt mye på” (Åsmund 23).

#### **5.4.4) CD – digital versus analog**

Lydteknikere hadde etablert standarder for high fidelity så tidlig som på 1940 tallet, og det er mer eller mindre de samme standardene som er brukt til å bedømme lyd kvalitet ved nye formater den dag i dag (Morton jr. 2004:173). Med CD-ens tilblivelse håpet utviklerne at den hundre år lange jakten på perfekt lyd gjengivelse nærmet seg slutten. Milner påpeker imidlertid at siden det ligger i det digitale domenes natur å bryte opp lyd, vil man aldri nå utopien av såkalt perfekt lyd, et begrep som det uansett er vanskelig å forholde seg objektivt til (Milner 2009:191-195).

Likevel, CD-ens sannsynligvis sterkeste forbedring fra LP-en, teknisk sett, er i det feltet som lydteknikere kaller dynamisk omfang, som handler om forskjellen mellom den volummessig høyeste og laveste lyd som er mulig å spille inn (Morton jr. 2004:188). På en LP vil dessuten bakgrunnsstøyen være et uunngåelig biprodukt avgitt av pickupstiften som dras bortover vinylplatens overflate, i tillegg til suset fra masteropptaket som blir overført til platen under mastringsprosessen. En CD vil ikke bli utsatt for disse problemene.

Analoge signaler gjør det naturlig vanskelig å diagnostisere og rette feil i signalet. Hvis en rille har blitt ujevn eller platen fått en ripe, klarer ikke avleserstiften å skille mellom det originale og det defekte elementet. I et digitalt system er dette en hindring som er lettere for avspilleren å overkomme, ettersom data kan bli lagret med spesielle koder som oppdager, retter opp, og skjuler feil (Pohlman 1992). Feilkorreksjonssystemet i CD-spilleren er derfor en viktig forbedring, om ikke for selve lyd kvaliteten, så for opprettholdelsen av kvaliteten under avspilling, og for holdbarheten. I tillegg vil ”avleserstiften”, som jo er en laser, aldri bli slitt ut - ei heller CD-ens overflate - som følge av berøringsfri avlesing, herav slagordet ”Perfect Sound Forever” som ble den nye epokes ”high fidelity” (Milner 2005:190).

På tross av de mange tekniske fordelene har CD-en, siden den så dagens lys, vært offer for kritikk rettet mot lyden som høres ”klinisk”, ”hard” og ”steril” ut (Coleman 2005:164). Det er særlig noen av de eldre vinylentusiastene som har vist misnøye med poleringen og klippingen av frekvenser, som ofte finner sted ved moderne lydopptak.

”Hvis du setter på en CD og hører - altså på et godt stereoanlegg – så er det veldig mye som er borte. Klangen i symbolene, overtonene i instrumentene. Det er ting som du kanskje ikke tenker på hvis du aldri har hørt det” (Ivar 55).

Av de yngre forteller Åge (25) at hovedgrunnen til at han har begynt å høre på LP er at den ”varme” lyden fra vinylplaten gjør lytteropplevelsen mer spennende enn ved CD. Greg Milner beskriver nærmere hvordan CD mediet frembringer i ham en følelsesmessig distansering til musikken. “There’s a disagreeable, frictionless quality to the sound that may be the downside of substituting a phantom laser for the diamond stylus” (Milner 2009:233). Slike utsagn virker uansett å være drevet av sterk interesse for lyd og lyd kvalitet, samt en forkjærlighet for vinyl. Nils (53) hadde, på tross av ”konservativ” holdning til lyd og lyd kvalitet, ikke bare innsigelser å komme med mot CD teknologien.

”Digitaliseringen har ført til noen gode ting når det gjelder lyd kvalitet, og toppen av lyd kvalitet har vi vel sett med DVD-Audio og Super Audio CD-er. Jeg vil ikke si at de er bedre enn LP-er, men det kan være litt nyansering som er nødvendig der, fordi det kommer litt an på hva man snakker om. Super Audio systemet er fantastisk flott til for eksempel klassisk musikk, på grunn av sitt store dynamiske register og sin transparente lydopplevelse” (Nils 53).

De fleste informantene mine forholdt seg heller nøytrale CD-ens lyd kvalitet og dens betydning ved lytting. Som dominerende musikkformat i tjuen år, bærer det preg av å være det de fleste er vant med.

#### 5.4.5) *MP3 og mobile medier ≠ Hi - Fi?*

Som nevnt i innledningsdelen var MP3-formatet ment å komprimere data i en fil ved å fjerne informasjon fra bakgrunnslyder som er utenfor det hørbare fokuset. På denne måten skulle lyd kvaliteten oppfattes som tilsvarende en CD. Likevel er enkelte langt i fra fornøyd med kvaliteten de opplever fra MP3-formatet.

”Etter min mening burde MP3-filene blitt bannlyst og det burde vært pålagt å selge fullformat. Det er åndsverk som blir voldtatt, etter min mening. Hvor mange andre kunstarter ville godtatt at du klipper i stykker verket i en million biter og limer sammen to tredjedeler av det igjen, og du blir fortalt at det er det samme kunstverket?” (Nils 53).

De mange ulike komprimeringsnivåene ved MP3-formatet (men også mange andre digitale lydformater) åpner for muligheten til å presse inn enda flere sanger på iPoden, dog på bekostning av lyd kvaliteten. Thor forteller at dette tema tas opp i diskusjoner han har hatt med venner.

”Det vi ofte er opptatt av er kvalitet kontra kapasitet. Når jeg legger musikk på iPoden vil jeg gjerne ha kvalitet på det som jeg bruker. Derfor så ender jeg opp med de store iPodene, mens jeg har en del venner som driter egentlig i det og heller vil da ha mye musikk, som ikke er så opptatt av kvaliteten” (Thor 53).

Bjørn (25) forteller at det under diskusjoner med venner om musikkformater kommer ofte frem at jo høyere oppløsning (les: mindre komprimering) desto bedre lyd. Åge (25) tilføyer at han ved lytting via PC foretrekker FLAC formatet fremfor MP3 på grunn av lyd kvaliteten<sup>49</sup>. Allikevel er det lyd kvaliteten ved LP-en som det stadig måles opp mot. Økende interesse for lyd kvaliteten kan kanskje være grunnen til at etterspørselen etter vinylplater i landet har steget kraftig de siste par årene med en økning i omsetning på 131 % fra årene 2007 til 2008. Roy Erland Funner fra IFPI Norge fortalte NRK at han mener mye av grunnen til vinylsalgets oppsving kan skyldes ”en slags motreaksjon mot den digitale bølgen vi har vært vitne til de siste årene” (Gjersøe 2010).

Å avgjøre lyd kvaliteten betydning ved bruk av ulike formater involverer mange variabler, som for eksempel hva slags musikk man hører på og under hvilke omstendigheter. Bjørn (25) forklarer at mangelen på lyd kvaliteten relevans er først og fremst et fenomen ved mobile musikkmedier.

”Lyd kvaliteten er jo egentlig viktig, men det er ikke noe jeg tenker over noe særlig når jeg bruker MP3-spilleren, fordi når man er ute og går eller sitter på bussen så er det mye bakgrunnsstøy, så da er det ikke så viktig at det hadde vært sinnssykt god kvalitet” (Bjørn 25).

---

<sup>49</sup> Free Lossless Audio Codec er en av mange lossless komprimeringsformater som avspiller lyd uten tap av data tilsvarende lossy formater som MP3 (<http://en.wikipedia.org/wiki/FLAC>).

Byens lydunivers vil alltid kunne være påtrengende, særlig på brukere av enkle hørelementer av typen øreplugg, som ikke gir øret mye isolasjon fra omverden. Derfor er det lite sannsynlig at lytteren vil kunne legge merke til forskjellen på svakt versus sterkt komprimerte filer i støyende omgivelser. Musikkritiker i The Sunday Times Richard Morrison er enig og legger til at kvaliteten på rytmisk (les: pop) musikk, som alltid har vært favoritt blant de unge, ikke forringes like mye som klassisk musikk ved bruk av iPod. “They [young users] love the iPod for its convenience, portability and ability to transport them into more sublime worlds while sitting on the bus. For that, the tinny sound is tolerated” (Morrison 2009). Åsmund (23), som ikke har noe i mot lyd kvaliteten på MP3, mener valg av hørelementer er viktigere enn hvilket format man bruker.

”Jeg synes det er bedre lyd i KOSS PortaPro headsettet. Jeg er ikke så glad i å ha sånne små propper inne i øret. De gnager mye. Det som er litt leit med de [KOSS] er at lyden går utover, så du plager jo alle andre rundt deg” (Åsmund 23).

Fredrik deler denne oppfatningen, og påpeker at det siste leddet i avspillingsystemet – høytalerne, det være seg ved mobile eller stasjonære medier - har mest å si for lyd kvaliteten.

”Det skal jo høres greit ut. Men hvor bra lyd får du av headphones'a på iPoden eller datahøytalerne hjemme? Du kan liksom ikke gå noe høyere [bitrate] enn det vanlige. Trenger ikke å gå for FLAC når du ikke har noe å høre forskjell på” (Fredrik 25).

Den legendariske produsenten og professoren ved McGill Universitetet, Sandy Pearlman<sup>50</sup>, sier dette er grunnen til at han ikke ser poenget med å lage høykvalitetsproduksjoner lenger ”Why bother, when they are destined to become compressed digital sound files played on laptops and bad speakers?” (Milner 2005:354).

#### **5.4.6) Streaming og kvalitet**

Streaming-teknologien er forholdsvis ny, og kvaliteten på lyd og bildene den overfører har økt i takt med båndbredden. Verdens mest populære videostreamingtjeneste YouTube tilbyr i skrivende stund streaming av 720p HD kvalitet på videoklipp. Spotify begynte fra sommeren 2009 å tilby streaming av sanger med en bitrate på 320 kb/s – dobbelt så høy som tidligere. Dette skulle riktig nok kun gjelde betalende brukere av Premium løsningen. På hjemmesiden blir denne egenskapen brukt som et verdigenerativ for å lokke til seg brukerne av gratisversjonen av

---

<sup>50</sup> Pearlman har blant annet Blue Oyster Cult, The Clash, Pavlov's Dog og Dream Syndicate på merittlisten.



tjenesten som må nøye seg med 160 kb/s bitrate. Med tanke på at det bare er 3,5 % av brukerne som velger Premium pakken er det rimelig å anta at lyd kvalitet som egenskap ved streaming ikke er av stor betydning for majoriteten av brukere (Kirknes 2010). Enkelte mener dessuten at lyd kvalitetsmessig vil streaming uansett aldri bli et fullverdig avspillingsformat.

”Lyd kvaliteten er også en av tingene som bør fikses, og det er en liten innebygd tragedie i det etter min mening, fordi vi har gjort altså et valg hvor vi har bestemt oss for at folk ikke fortjener mer enn 320 kb/s. Etter min mening gjør de det. Både publikum og de som faktisk har lagt sjela si i å lage den musikken” (Nils 53).

Allikevel, den økende bruken av streaming via mobile medier gjør at multimediatelefoner som iPhone er i ferd med å få en sentral rolle i måten man anvender musikk på, og at med gode høytalere oppleves ikke lyd kvaliteten som så dramatisk verre enn man skulle tro.

”Noen har ganske dyre anlegg, og så kobler de til en MP3-spiller, eller en iPod og spiller det, og så har jeg syntes at det har vært litt sånn misbruk av anlegget, og nå gjør jeg i grunnen det samme selv (...). Jeg har kobla iPhonen [med Spotify] til anlegget her gjennom en kjip kabel, og så sitter jeg med et stereoanlegg som egentlig er verdt en 40 000 kroner, kanskje. Det blir på en måte litt dumt da, men samtidig må jeg jo innrømme, når jeg har kobla til iPhonen, at jeg ikke kan høre at det er noe dårlig lyd, altså” (Jørn 50).

#### **5.4.7) *Opplevelsen av god lyd – en vanesak?***

”Folk er etter min mening, og det kan jeg si noe om i kraft av å ha drevet platebutikk i femten år, veldig ukritiske til lyd kvalitet, sånn som jeg ser det” (Nils 53).

Stadig flere hører på musikk via datamaskinen sin. Statistisk Sentralbyrå har de siste femten årene gjennomført den årlige undersøkelsen Norsk Mediebarometer, som kartlegger den norske befolkningens mediebruk. Tall fra 2008 rapporten viser at i 2007 lyttet 40 % av alle mellom 9 og 79 år til musikk via lyd fil på datamaskin daglig. Året etter hadde andelen steget til 44 %. Blant unge mellom 16 og 24 år hadde neste to tredjedeler brukt datamaskinen som lyd kilde, og det var så og si utelukkende nedlastede filer som ble avspilt (Norsk Mediebarometer 2009). Rapporten sier ingen ting om filformatet, men jeg ser det som trygt å anta at MP3 utgjør en anseelig majoritet.

Hva skjer så med unge musikklytters oppfattelse av lyd, og ikke minst god lyd, når de i snart størsteparten av livene sine har brukt (enkelte ville heller sagt ” blitt utsatt for”) komprimerte lyd filer som primært musikk medium?

Komponisten og professor i musikk ved Stanford University Jonathan Berger har også lurt på dette. De siste åtte årene har han undersøkt førsteårsstudenter med tanke på deres preferanse i

lydformat og kvalitet (Ahmed 2009). På tilsvarende måte som da Edison promoterte fonografen sin ved å demonstrere at en person ikke kunne si forskjell på om det stod en operasanger eller en sylinderavspiller bak et forheng (Katz 2004:18), fikk elevene til Berger høre på samme sang, men med ulike formater og komprimeringsnivå, og vurderte så disse. Som musikkelsker var resultatene, i Bergers øyne, både skuffende og frustrerende, ettersom de viste at for hvert år økte preferansen for den noe amputerte lyden fra MP3-formatene fremfor ukomprimert lyd. Hans forklaring på at de unge foretrekker den såkalt ”fresende” eller metalliske lyden som MP3-formatet tilfører musikken, er at det er en lyd de er vant til, en lyd de føler seg hjemme med. Han foreslo videre at iPoden har forandret folks oppfattelse av musikk, og at over jo lengre tid unge mennesker blir eksponert for digital musikk, desto mer kommer de til å like nettopp den fresende lyden som han mener kjennetegner digitale formater (Ahmed 2009).

En kan lure på om unges preferanse for tynnere, digitalisert lyd over andre formater i dag kan sees i sammenheng med tidligere generasjoners forherligelse av knitringen og summingen i vinylplater (Dougherty 2009). Er preferanse for et format et karaktertrekk som er resultat av gjentatt bruk av og tilvenning til utilsiktede fonografeffekter avgitt av mediet? Det kan muligens antas at mye av lydoppfattelsen har med tidsånden å gjøre, og at denne konteksten også har en innvirkning på opplevelsen av lyden. Det at “alle” går med MP3-spillere og du som bruker er en del av det hele er med på å fargelegge opplevelsen. Den fresende lyden blir i så fall en kulturell artefakt som forener brukere av de digitale mediene. Lydkvalitet som verdifull - ja til og med relevant - egenskap ved musikkmediet virker uansett å tape interesse hos de yngre lytterne i det brede lag. Wyde Robson i nettmagasinet Audioholics strekker seg så langt i kritikken mot ungdoms ignoranse for lydkvalitet at han frykter en Orwellisk fremtid, der en hver kritisk lytting og observasjon etter lydkvalitet blir ansett som en uønsket psykologisk tilstand (Robson 2009).

\*

I dette delkapittelet har jeg prøvd å avdekke brukeres forhold til lydkvalitet ved ulike musikkformater. Blant informantene mine var det stor variasjon i interesse for - og krav til - lydkvalitet. I grove trekk var det den eldre generasjonen som ga mest uttrykk for krav til lyden i musikken de hørte på, noe som indikerer en høyere bevissthet til lydkvaliteten i avspillermediet deres. De unge hadde meget varierte uttalelser om preferanser av medier basert på lydkvalitet, men også her ble LP-formatet oftest utpekt som beste lydgjengiver. I hovedsak virket det som

om det handlet om hva slags musikk man hørte på til hvilket formål, til hvilken tid. Jeg har også vist til ny forskning som påstår at preferanse for lyd kommer av hvilket format man er mest vant til.

## **6. TILGJENGELIGHET**

”Alt er lettere tilgjengelig. Det er jo bare å søke og så kommer det opp” (Dorthe 23).

Et aspekt som jeg tidligere så vidt har vært innom i denne oppgaven, og som har vist seg definerende for dagens musikkbruk, er tilgjengelighet. Det er en stor kontrast mellom det digitale samfunnets spredning og bruk av kulturelt innhold, og det ”analoge” samfunnet for bare en generasjon siden (Hesmondhalgh 2007). I lys av denne kontrasten og med Katz’ fonografeffekter in mente, kan en gjennom et moderne perspektiv se på tilgjengelighet som en egenskap ved musikkformater. Jeg ser det som nødvendig å rette søkelyset på denne egenskapen, ettersom den er et direkte resultat av den eksplosive teknologiske utviklingen som vi i dag er vitne til. Jeg ønsker å undersøke i hvilken grad tilgjengelighet har betydning for musikkbrukerne, og hvilke konsekvenser denne egenskapen fører med seg for dem.

### **6.1) Digitalt Eldorado**

”Det er jo en verden i dag som jeg ikke kunnet drømme om. Musikken bare velter inn” (Ivar 55).

Det produseres og konsumeres mer musikk enn noen gang, og Internettet har spilt en avgjørende rolle i å ekspandere musikkinteressen globalt (Kusek and Leonhard 2005). Samtidig har også andre underholdningsprodukter som film og ikke minst data/video spill bidratt med å øke underholdningstilbudet dramatisk.

“The shift from scarcity to abundance in media means that, when it comes to deciding what to read, watch, and listen to, we have far more choices than our parents or grandparents did. We’re able to indulge our personal tastes as never before, to design and wrap ourselves in our own private cultures” (Carr 2008:150).

Chris Anderson ser i *The Long Tail* entusiastisk på utviklingen, som han mener bryter med en kultur som før ble definert av de mest populære underholdningsgodene, men som nå, takket være revolusjonerende effektiv distribusjon, blir definert av utallige nisjer (Anderson 2006). For musikkbrukeren innebærer dette tilgang til mer ukjente artister. Personlig smak vil således kunne

bli mer nyansert, og siden musikk er så sterkt knyttet opp mot identitet blir også denne mer individualisert. En slik overgang hadde ikke vært mulig uten å frigjøre musikken fra de tradisjonelle formatenes taktile rammer. ”MP3 er et konkret eksempel på vebbens logikk. I prinsippet finnes alt der ute, og en hver enkelt bruker setter sammen sin egen, personlige helhet av fragmentene. MP3 står til CD-en slik vebben står til boken” (Eriksen 2001:140). Dette gjenspeiler også den ovennevnte diskusjonen om sammenhengende lytting, der iPod-kulturen blir en pådriver for fragmentert lytting.

### **6.1.1) Streaming - Demningen har bristet**

Jim Mayhercy fra Last Chance Records i Chicago kom allerede i 1990 med følgende visjonære uttalelse:

“Technology is moving at such a fast pace now I wonder if another five years something might begin to replace the CD. I can see the total demise of software in the future. You’d have a system where every song ever recorded is on a central computer, and people would subscribe to a service where they could punch in the song they wanted on their stereo and it would play it” (Coleman 2005:169).

Streamingtjenester, med sine enorme kataloger og momentane avspilling, må i et historisk perspektiv kunne sies å være det ypperste innen musikkdistribusjon og tilgjengelighet. Flere av informantene mine uttrykte stor glede over den nye formen for musikkbruk tjenesten åpner for.

”Jeg synes jo det har vært en fantastisk opplevelse å få tilgang på mye av den musikken som jeg har kjent til så lenge, gjennom Spotify. Jeg har liksom ikke synes at jeg kunne bruke mye penger på å kjøpe musikk, og jeg har ikke lasta ned MP3-filer ellers, så sånn sett er Spotify en praktfull løsning” (Jørn 50).

Tilgjengeligheten ved Spotify har latt Jørn finne igjen til gamle ”helter” som han ellers ikke ville tatt bryet om å finne<sup>51</sup>.

”Opplevelsen er jo preget av det at du kan sjekke ut ting som du lurar på. Det er jo ingen økonomisk terskel lenger, så jeg tror nok det er lettere å utvide horisonten sin” (Thor 53).

Det er nettopp, slik Katz også påpeker, tilgjengeliggjøring av musikk og muligheten til utforskning som har vært nettets største gave til musikkentusiaster (Katz 2005:159). Han ser hastighet, innholdsbredde og brukervennlighet som de viktigste faktorene ved tilgjengeligheten som nettverksteknologien har åpnet for. Uten disse faktorene ville ikke oppdagelsen av musikk og annet digitalisert innhold vært like rask og enkel. ”Music delayed is often music denied” (Katz

---

<sup>51</sup> Jørn har ikke lastet ned gratis musikk fra nettet, da dette virker for ham å være uetisk. Spotify er dermed hans første møte med musikkbruk via internett.

2004:166). Selv om Katz tar utgangspunkt i fildelingsteknologien når han snakker om anskaffelse av musikk, er det lett å se at streamingtjenestene er en videreføring av denne praksisen - denne gangen som fullt lovlig variant. ”Nå, etter at Spotify kom, ser jeg ingen grunn til å bruke muligheten til gratis nedlasting” (Thor 53). Her er det flere informanter som deler samme syn. Likevel er Spotify langt i fra ferdigutviklet, og målet om å tilby all verdens musikk er fortsatt et godt stykke unna. ”Det er mye man kan finne på Spotify, men jeg synes det virker som om man kan finne enda mer ved ulovlig nedlasting” (Bjørn 25). Selv om Bjørn bruker Spotify sporadisk til utforskning og ved sosiale sammenkomster er den, etter hans mening, relativt snevre dekningen av musikk grunnen til at han fortsatt foretrekker å laste ned via The Pirate Bay for å utforske nye artister.

Om ikke innholdsbredden til streamingtjenesten er god nok for enkelte, så er brukervennlighet og hastighet faktorer som kan virke stimulerende for utforskning av ny musikk og oppdatering av ”faste” artister man hører på.

”Det er veldig tilfredsstillende å ha all musikk i verden, eller all musikk er det jo ikke, men å ha så mye musikk tilgjengelig, at man bare kan sette seg ned og tenkte 'nå vil jeg høre på det', det synes jeg. Man blir jo lei av å høre på CD-ene sine om og om igjen, hvis du skjønner. Det er jo utrolig bra sånn sett. Men jeg skulle gjerne ha betalt for det, egentlig. Det hadde ikke gjort meg noe å betale for det. Reklamen irriterer jo vettet av meg” (Dorthe 23).

For de yngre brukerne av Spotify er prisen for månedlig tilgang, som de likevel mener er rimelig, en viktig grunn til at de velger å ikke betale for tjenesten. Flere av informantene mine er studenter, og det er fornuftig å anta at studentøkonomien ikke tillater reklamefri ”luksus”. I tillegg er gratis nedlasting fortsatt et aktuelt alternativ ved sporadiske behov for musikk. Fredrik (25) verdsetter høyt mobiliteten ved musikkbruk, og etterlyste bedre ordninger mellom mobiloperatørene og streamingtjenestene før han eventuelt ville betalt:

”Jeg synes 100 kroner i måneden er en rimelig pris for at du kan bruke det på mobilen, men da må du ha mobilabonnement som faktisk tillater det. For det er ikke verdt 100 kroner for å sitte foran en datamaskin og slippe reklame. Reklamen er ikke så irriterende at jeg ville betalt 100 kroner for slippe den. (...) Men jeg savner altså det å kunne ta med musikken ut av huset. Man kan det jo, men da må man ha et mobilabonnement som gir deg mobilt nett. Musikk tar jo ganske mye båndbredde. Man må jo nesten ha fri trafikk, og det koster for mye i mobilpenger. Så jeg venter til det kommer et abonnement som passer meg. Jeg har ikke lyst til å betale mer enn 200 kroner i mobilregning” (Fredrik 25).

Som tidligere nevnt er streamingtjenestene på mange måter fortsatt i en etableringsfase, og det er rimelig å anta at økt produktbundling vil bli en viktig strategi i utformingen av gode løsninger for alle ledd i verdikjeden fra artist til forbruker (Møllhausen 2008).

Det ”digitale eldorado” av musikk som internett har tilgjengeliggjort fremstår som en lindrende eliksir for flere av de unge informantene, som beskriver sitt forhold til musikk som ”patologisk”.

”Jeg er veldig glad i den tilgjengeligheten fordi jeg er veldig avhengig av musikk. Jeg må ha det hver dag. Jeg klarer ikke å kjede meg. Jeg orker det ikke, jeg må ha et eller annet. (...) Jeg er glad jeg ikke er døv. Det ville blitt en veldig kjedelig tilværelse hvis jeg ikke hadde fått noen tilgang til musikk” (Åsmund 23).

Igjen vises tegn på tidens ånd som ikke tillater ett ledig øyeblikk uten stimuli av ulike sanser, hvor underholdning blir nærmest som et narkotisk stoff (Eriksen 2001:190). Dette står i sterk kontrast til foreldregenerasjonen, der begrenset tilgjengelighet gjorde at ulike underholdningstilbud hadde sine faste bruksområder og tidspunkt for bruk.

”Det jeg opplevde fra min yngre musikktilværelse var at musikk spilte man stort sett på gutterommet eller hjemme, eller, senere da, i bil. Det var ikke noe som man puttet på øret eller hadde med seg i lomma. Det var ikke tilgjengelig hele tiden” (Thor 53).

Avgrensingen i mediene (spillertid) og avgrenset tidsbruk kan igjen være viktige årsaker til at musikklytting oftere forekom som primæraktivitet i mine eldre informanters ungdomstid.

### **6.1.2) Tilgjengelighetens bakside**

”When I was a kid, hunger was one of the main problems of poverty in America. Today, it’s obesity” (Anderson 2009:45).

I følge Zygmunt Bauman lever vi i en postmoderne verden som har alt unntatt drømmer; et samfunn uten utopier. Samtidig lover den postmoderne kulturen at alt skal være tilgjengelig, alt skal være oppnåelig, at alle begjær skal finne tilfredsstillelse i markedssfæren (Bauman 1993). Spotify og dets mange beslektede tjenester kan i dette lys sees som plattformer for øyeblikkelig begjærslukking hos musikktørste forbrukere. Men til tross for den enorme mengden musikk tilgjengeliggjort på lettvinte programmer, er det ikke bare positiv respons og hengivenhet å spore opp blant brukerne. Det kan virke som om tilgjengeligheten frembringer en slags apati hos dem:

”Nå føler jeg at jeg har blitt skikkelig lat. Egentlig så er moroa borte. Nå kan du bare sitte hjemme hos deg selv og trykke på tastaturet og så dukker det opp. Du kan ikke gå aktivt inn for å finne ting lenger... eller du kan, men man blir lat. Det er en pasifiserende greie. Jeg merker det på meg selv. Jeg fant flere band før enn det jeg gjør nå. Nå har jeg tilgang 24 timer i døgnet og da gidder man ikke. Da tenker man ’det gidder jeg ikke, det kan jeg gjøre i morgen, over imorgen’, ikke sant. Før så var man veldig gira på å finne nye band som man muligens kunne like. Det ble litt som en jakt” (Åsmund 23).

Å sammenligne utforskning av ny musikk med jakt, impliserer at det å strebe etter potensielle favoritter er verdifullt for musikkelskeren. Det ligger tydeligvis noe viktig i *motstanden* ved

uforskning av ny musikk. Jo vanskeligere det er å få tak i den gjør at belønningen og tilfredsstillelsen blir desto større. En grunn til at LP-formatet er mer verdifullt, hevder Bjarne (25), er fordi anskaffelsen ofte innebærer lang ventetid ved bestilling, det vil si, det tar betydelig lengre tid fra du har lyst til å høre på en ny sang til du faktisk hører på den. Dette øker spenningen forut for lyttingen, og hever samtidig forventningene til musikken. Motstand og forventning kan her sees på i samsvar med det tredje punktet i Eisenbergs behovsteori, der samleren ser på historien forutfor fangsten som mer betydningsfull enn selve artefakten. Med et slikt perspektiv kan tilgjengeligheten, som Spotify representerer, ha negativ effekt på musikkinteressen og spenningen for brukeren. Ivar har ikke Spotify selv, men har observert utviklingen fra knapphet til overflod i samfunnet, og gir følgende resonnement angående spenningen rundt og forventningene til nye utgivelser:

”Du gikk og gledet deg til at det skulle komme en ny LP, ikke sant, og lenge før hadde du sett coveret. Så det var en helt annerledes totalopplevelse, som du kanskje ikke kan forestille deg i dag. (...) Du har ikke samme forhold hvis det kommer et nytt album fra, jeg vet ikke, Madonna, eller en eller annen, ikke sant, du registrerer det og ferdig med det. Den gang var det ’Oh! Nå kommer det, nå kommer det! Nå kommer det store’, ikke sant. (...) Jeg tror man setter mindre pris på nye utgivelser i dag. Helt klart. Det blir mye mer at... det bare er der. Du forholder deg ikke til det på samme måte” (Ivar 55).

Ivar antyder at åpen tilgang til all musikk, samt mengden som stadig pumpes ut, kan gjøre at verdsetting av musikkproduktet forringes, ettersom metningspunktet hos forbrukeren for lengst er nådd. Eriksen beskriver dette fenomenet som en *fallende grensenytte* – at det man gjør eller kjøper som man opprinnelig tilførte en høy verdi, for hver gang får gradvis mindre verdi. ”Når metningspunktet er nådd fører hvert nytt valg til mindre livsglede. Det gir i stedet matthet og kvalme” (Eriksen 2008:113). At ”det bare er der” står i sterk kontrast til Ivars ungdomstid, hvor det kunne gå lang tid mellom nye utgivelser av artister, og en hver slik hendelse var som en begivenhet å regne. I tillegg gjorde fraværet av internett det betydelig mindre effektivt å spore opp informasjon om musikk og å tilegne seg musikken. Dermed ble hvert ”treff” mer verdsatt.

”(...) Jeg tror det gjaldt mine foreldre også. Det gjaldt de fleste menneskene, nettopp fordi du ikke hadde den tilgjengeligheten. Altså, det blir mye mer spennende [når det ikke er så tilgjengelig]. Nå kan du bare gjøre sånn, trykke på en knapp, er det noe du trenger så er det bare å gå på google eller et eller annet sted, ikke sant” (Ivar 55).

Også enkelte unge registrerer at opplevelsen ved en ny utgivelse har blitt forandret som følge av komforten som tilgjengeligheten bringer. Åsmund konkretiserer det som et reelt savn ved bruk av streamingtjenester:

”Det er jo det at du går og gleder deg til å høre på den nye skiva som kommer. Endelig kommer den til butikken og du får dratt ned og kjøpt den og satt deg ned og lytta til den ordentlig da. Det kan man for så vidt fortsatt gjøre, men nå er alt veldig lett tilgjengelig. Du kan jo bare søke på Spotify og få det opp, ikke sant” (Åsmund 23).

Igjen er det motstanden og den påfølgende forventningen som viser seg som verdifulle aspekter ved utforskning og anskaffelse av musikk. For flere musikkentusiaster er det åpenbart noe spesielt ved hele opplevelsen rundt det å handle musikk på tradisjonelt vis, og det gis uttrykk for nostalgi til tiden da en tur til musikkbutikken var eneste alternativ.

### **6.1.3) En postmoderne handelsopplevelse**

Det er altså ikke bare praksis vedrørende forventninger og lytting til musikk som er vesentlig endret i den digitale tilgjengelighetssfæren. Både mulighetene for oppdagelse og anskaffelse av musikk har gjennomgått dramatiske forandringer med tilførselen av nye kanaler (Katz 2004:166). Stadig større andel musikkonsumpsjon foregår online, og flere mindre platebutikker har måttet se seg nødt til å legge ned virksomheten<sup>52</sup>. Men forflyttingen av musikk(for)bruk til cyberspace rammer ikke bare platebutikkene, men også forbrukeren. I hvert fall forbrukeren som er vant til og liker å handle plater på steder der menneskelig interaksjon utgjør en del av opplevelsen ved bruken av musikk:

”Jeg hang veldig mye i plateforretninger. Det var noe av det mest fantastiske jeg visste. (...) Jeg kjente disse her som jobbet i to–tre av plateforretningene der ganske godt etter hvert. Så vi snakket om mye forskjellig musikk, og hørte mye. Jeg kjøpte jo og, men det handlet veldig mye om å stå og høre på, prate med dem” (Jørn 50).

Jørn gikk nylig over til å abonnere på Spotify og til tross for at et ”utrolig stort musikkunivers er nå tilgjengelig for meg”, savner han tiden da han stod i platebutikken og oppdaget ny musikk via samtaler med butikkinnehavere og andre bekjente. Av de unge informantene mine var det spesielt Åsmund som hadde liknende bemerkninger direkte relatert til endringene i forbruksvaner skapt av digital teknologi.

”Jeg har to gode kompiser som er veldig på hugget etter gamle og nye ting. Jeg har også den interessen, så vi deler mye. Nesten all den musikken jeg hører på i dag har jeg fått fra dem, men også ting jeg har funnet selv. Før Spotify og Genius applikasjonen på iTunes kom, gikk jeg gjennom platesjapper og spurte litt rundt. Det var bare å spørre om de har et liknende band jeg har hørt om. Jeg gikk mer aktivt inn den gang. Men nå er alt blitt mye lettere. Nå trenger man jo ikke det lenger” (Åsmund 23).

---

<sup>52</sup> I 2009 stod det digitale musikk salget for 27 % av den globale omsetningen til musikk selskapene (IFPI 2010).



Det at ”alt har blitt mye lettere” viser igjen å ha tydelige konsekvenser for forbruket av materielle musikkmedier.

”Nå er det mye mindre CD kjøp enn det det var før. Det blir kanskje en CD annenhver måned. Jeg bruker mest penger på film. Hvis jeg skal innom platesjappa så blir det nok film i stedet for CD, nettopp fordi at musikk er så lett tilgjengelig” (Åsmund 23).

Både Jørn og Åsmund har i den siste tiden endret sine vaner i både oppdagelse og kjøp av musikk. En viktig grunn til det skyldes altså nettverksteknologi. Den nye teknologien skyver etablerte samfunnsordninger og handelspraksis basert på tidligere teknologi til side.

Nedleggelse og sammenslåinger av platebutikker og store utsalgskjeder, har de siste femten årene vært et globalt fenomen. Greg Kot forteller om de massive nedleggelsene av ikoniske platebutikker i USA på 2000 tallet. Tower Record Store – som etter åpningen i 1960 i California spredte virksomheten internasjonalt – hevdes å ha definert kjøpsopplevelsen for generasjoner av musikkelskere. I 2006 gikk kjeden konkurs.

”The demise of the biggest of the so-called privately run mom-and-pop stores was a convenient way to mark the end of an era not just for retail, but for a particular kind of community experience. Tower and stores like it were gathering places for like-minded people to shop, chat, and exchange information about cool music” (Kot 2009:195).

Om den digitale generasjonen er det trygt å si at disse aktivitetene i stor grad har blitt flyttet online. Denne overgangen fra butikk til nett – fra fysiske og tidmessige begrensninger til allestedsnærværende transaksjoner og bruk - kan sees gjennom postmoderne teori om forbruksmønstre. Sosiologiprofessor ved University of Maryland George Ritzer forklarer hvordan rammene for tid og sted i den postmoderne æra har implodert til en udefinert masse, der forbrukets tidligere begrensninger (som nettopp var tid- og stedbestemt) har blitt visket ut, og handel nå kan gjennomføres (fra) hvor som helst og når som helst (Ritzer 2005).

Streamingtjenester på mobile medier bekrefter denne tilværelsen med sin øyeblikkelige oppkobling til nettkilden, og muliggjør musikklytting og utforskning når som helst på døgnet uten at forbrukerens geografiske lokalisering spiller noen rolle.

Til tross for Web 2.0 og de sosiale mediens innpass i dagliglivet, kan den digitale sfæren også sies å bidra til å individualisere forbruksmønsteret i samfunnet. Forbrukeren har et bredt spekter av nisjevarer å velge mellom, og opererer alene i seleksjons- og (av og til) transaksjonsprosessen, fri for menneskelig kontakt, noe som kontrasterer sterkt handelsopplevelsen i platebutikker der ekspeditøren ofte kan bistå med ekspertise.

”Jeg går ofte på Amazon og så ser jeg på for eksempel 'Pink Floyd' - hvilke andre CD-er har de som kjøpte Pink Floyd kjøpt, ikke sant. Og da finner jeg andre artister som jeg aldri har hørt om (...) jeg regner med at de [ukjente Amazon brukere] liker samme genre som meg” (Thor 53).

Denne sterile handelsopplevelsen isolerer og distanserer forbrukeren enda mer fra de faktiske omgivelsene. For enkelte musikkbrukere, som Jørn, finnes det altså en verdi i elementene rundt kjøp og oppdagelse av musikk i fysiske omgivelser med menneskelig interagering, en verdi som fordufter i mengden av (ofte gratis) lett tilgjengelige immaterielle musikkprodukter på internett.

Som Eriksen beskriver, overgangen fra industri til informasjonssamfunnet kan være krevende for mange: ”Den nye tid er både frigjørende og frustrerende, fascinerende og skremmende. Den skaper nye former for sårbarhet” (Eriksen 2001:43). Den store tilgangen gjør til slutt at enkelte simpelthen melder seg ut av den kontinuerlige medietilværelsen. Ivar, som tidligere uttrykte sin motstand til mobile lyttermedier, begrunner dette blant annet med den innpåtregende flod av medier og informasjon.

“Jeg tror nok det også har med det å gjøre at hele utviklingen i samfunnet har vært med å prege dette her. Informasjonsstrømmen har blitt så stor, så jeg for min del kutter bare ut en del ting av det. Altså, jeg går ikke med disse spillerne på fordi jeg vil ha fred fra det også. (...) Jeg er en av de som irriterer meg veldig over muzak. Det som foregår på kjøpesentre og sånt, ikke sant. Det irriterer meg grenseløst. På restauranter og slikt så ber jeg gjerne folk om å skru ned altså” (Ivar 55).

”Stillhet er også en underskattet kvalitet” (Nils 53).

\*

Noen musikkformater gjør musikk mer tilgjengelig enn andre. Der de digitale, nettbaserte formatene mangler taktile og visuelle egenskaper overgår de de tradisjonelle formatene overlegent hva tilgjengelighet angår. Jeg har i dette kapitlet vist at tilgjengeligheten, som mest av alt representeres ved internettbruk generelt og streamingtjenestene spesielt, er en høyt verdsatt egenskap for både unge og eldre brukere av musikk. Utforskningsmulighetene og de lave kostnadene er attraktive kvaliteter ved bruk av streaming, som tillater brukerne å ”utvide sine musikalske horisonter” og finne igjen til ”glemt musikk”. Den historisk sett enestående hastigheten på tilgang til musikk tillater øyeblikkelig tilfredsstillelse av musikalske behov, noe som stimulerer til hyppigere utskiftning av spillelister enn ved bruk av MP3-filer.

Samtidig viser det seg at den store tilgjengeligheten ikke bare bringer med seg positive opplevelser for musikkbrukerne. I stedet for å virke stimulerende for musikkoppdagelse kan

streamingtjenestenes enorme musikklager og lettvinde brukergrensesnitt føre til svekket interesse. Det at man kan spille av all musikk øyeblikkelig, fjerner plutselig effekter som har vært betydningsfulle for forbrukernes musikkpraksis i et helt århundre. Effekter som *motstand*, og den derfor påkrevde *tålmodighet*, gjør at spenning og forventinger til musikkproduktet forsvinner når all musikk finnes tilgjengelig på ett og samme sted uten økonomisk terskel. Et annet aspekt ved musikkpraksis som jeg har vist blir tilsidesatt av nettbruk, er opplevelsen knyttet til handel av musikk på tradisjonelt vis. Netthandel/nedlasting og streaming foregår i et abstrakt univers der de faktiske omgivelsene brukeren forholder seg til kun er en skjerm, fri for menneskelig kontakt. Sett gjennom postmodernistisk forbrukerteori står dette i sterk kontrast til tidligere måter å tilegne seg musikk på, ettersom det å skaffe seg musikk i dag ikke lenger har geografiske eller tidsmessige begrensninger.

## 6.2) Internett og myten om musikk som eiendom.

“Music is everybody's possession. It's only publishers who think that people own it” (John Lennon).

I denne oppgaven har jeg i stor grad forholdt meg til musikk som et handelsprodukt, sett i lys av de første formatenes materialisering av den, og etableringen av musikkindustrien i det tjuende århundret. I overgangen fra et industri- til informasjonsdrevet overflodssamfunn oppstår viktige problemstillinger, som omfatter vårt forhold til musikk som konsumvare. Jeg vil følgelig presentere et grunnleggende dilemma skapt av fildelingsteknologien og videreført av streaming.

Musikkens eteriske natur gjør det til et medium som er vanskelig å sidestille med andre produkter som omfattes av eiendomsbegrepet, noe musiker og komponist Peter Drescher mener er roten til ”myten om musikkeierskap” (Drescher 2009). Han påpeker videre at det er en fundamental forskjell mellom en datafil lagret på en harddisk, og riller gravert i vinyl eller plastikk. Hvis man utveksler en plate mot penger, så sitter man igjen med penger, men ikke platen. Hvis man selger en kopi av en digital fil, så sitter man igjen med penger *og* filen. Eller slik John Perry Barlow<sup>53</sup> formulerte det: “The central economic distinction between information and physical property is that information can be transferred without leaving the possession of the

---

<sup>53</sup> Poeten og aktivisten John Perry Barlow er grunnleggeren av Electronic Frontier Foundation og blir ofte omtalt som “The Thomas Jefferson of Cyberspace”, med referanser til hans kamp for ytringsfrihet på internett og for nettets uavhengiggjøring fra enhver form for statlig og kommersiell kontroll.

original owner. If I sell you my horse, I can't ride him after that. If I sell you what I know we both know it" (Barlow 1994:8). Allerede i 1994 publiserte *Wired Magazine* en etter hvert svært så omtalt artikkel av Barlow med tittelen "The Economy of Ideas". I artikkelen hevdet han at alt man visste om intellektuell eierskap var feil; at nedskrevne lover som var tiltenkt å beskytte ideer/informasjon i grunnen kun beskyttet beholderen som inneholdt ide/informasjon. Dette skyldtes at i tiden lovene ble sementert, så man verdien til en ide/uttrykk bli synliggjort først idet ideen ble delt med andre; idet ordet ble til kjød ved å forlate sinnet til skaperen og innta et fysisk objekt, om det så var en bok eller oppfinnelse. Loven beskyttet uttrykket, og sett bort ifra sjeldne (og nyttilkomne) unntak, å uttrykke var å omgjøre til materie. "In other words, the bottle was protected, not the wine" (Barlow 1994:2). Et fundamentalt problem oppstår altså når digital teknologi separerer informasjon fra materien. Fordi, slik Lawrence Lessig påpeker, "the digital world is closer to the world of ideas than to the world of things" blir det vanskelig å overføre lovverket som er utformet til beskytte ideer i den materielle verden til en verden fri for materie (Lessig 2001:116). Jeg vil ikke begi meg utpå en lengre diskusjon om de juridiske aspektene ved denne saken, til det trengs gjerne en hel avhandling, men jeg ønsker å trekke frem i lyset at våre måter å forholde oss til musikk på er formet innenfor begrepsdomener, og at disse ikke er endelige. Før Edison og Berliners materialisering av lyd ble musikk oppfattet som en tjeneste, uatskillig fra artistens opptreden, og derfor ikke noe man som forbruker kunne eie. Etter at musikk ble nærmest synonymt med formatet som bar på lyden, ble den samtidig underlagt eierskapsprinsippet. Med fremveksten av digital teknologi og de påfølgende ovennevnte problemstillingene er vi potensielt sett på vei tilbake til gamle tider hvor musikk dreier seg mer om opplevelse, deltakelse og erfaring snarere enn et produkt (Kusek og Leonhard 2005). "With cloud computing, music becomes a service you listen to, not a thing that you buy" (Drescher 2009).

Basert på responsen jeg har presentert i kapittel 4.3 vedrørende preferanse for eie eller "leie" av musikk, virker konseptet om fullstendig opphøring av musikkeierskap fjerntliggende for en rekke brukere. Mange forholder seg fortsatt til musikk som produkt, og det er egentlig ikke så rart. De siste godt og vel hundre årene, har musikkutgivelser vært behandlet som en hvilken som helst annen fysisk konsumvare, der normer og regler tilsier at når du har kjøpt noe, så er det du som er den rettmessige eieren av det. Musikkbransjen har til og med forsøkt å overbevise forbrukerne om at i noen tilfeller er det slettes ikke er noen forskjell på atomer og bits, noe salgshallene til

iTunes er et storslått eksempel på. “Consumers have bought into it, because it's convenient, and fun, and they can't do anything about it anyway” (Drescher 2009). Denne praksisen fortsetter til en viss grad med streamingtjenestene, selv om bildet her er mer diffust. Det blir uansett interessant å se hvordan disse holdningene vil endre seg over tid når flere brukere går over til streaming. Den visjonære visepresidenten ved Berklee College of Music, David Kusek, er overbevist om at den digitale distribusjonen av musikk gradvis kommer til å minimere - om ikke eliminere - ”pay-for-product” mentaliteten, ikke bare hos brukerne, men også i bransjen generelt (Kusek og Leonhard 2005:13).

## **7. AVSLUTNING**

### **7.1) Oppsummering**

I denne oppgaven har jeg undersøkt *hvilke egenskaper ved musikkformatene som genererer verdi for musikkbrukeren, og hvordan brukerens forhold til musikk er, sett i sammenheng med disse egenskapene*. Musikk er formidlet gjennom ulike formater og musikkformatene som jeg har fokusert på er: vinylplaten (LP), kompakt-kassetten (MC), kompaktdisken (CD), MP3-filen og streaming – formater som alle har vært, er, eller har potensialet til å bli gjeldende standarder i musikkindustrien og det globale musikkonsum. De mest sentrale egenskapene jeg har tatt for meg er: eierskap, samling, mobilitet, visualisering, lyd kvalitet og tilgjengelighet. Jeg har også drøftet brukervennlighet, lagringskapasitet og holdbarhet som viktige egenskaper. I oppgaven har jeg valgt å undersøke disse egenskapene isolert. Dette har vist seg utfordrende på grunn av at opplevelsen ved bruken av - og forholdet til - musikkformater er påvirket av sammensetningen av flere egenskaper. Likevel har denne fremgangsmåten vært hensiktsmessig fordi den ga meg dypere innsikt i mangfoldet av aspekter ved hver egenskap.

Jeg har samlet inn empiri fra 10 musikkinteresserte informanter gjennom kvalitative intervjuer. Informantene delte jeg i to aldersgrupper for å finne skiller i bruk og forhold til digitale og tradisjonelle musikkformater i ulike generasjoner. Jeg har avdekket deres preferanser i forhold til musikkformater - hva de verdsetter ved formatet - og sett dette gjennom et

musikkhistorisk perspektiv, der teknologisk innovasjon har vært med på å endre forbrukeres omgang med musikk.

I analysen av informantenes utsagn kommer det frem at eierskap er for mange, dog ikke alle, et viktig aspekt ved bruk og opplevelse av musikk. Dette gjelder spesielt der musikken står nært brukerens identitet og/eller at vedkommende er fan av artisten (Brown og Sellen 2006). De fleste i aldersgruppen 20 til 25 vedkjenner at de laster ned eller har lastet ned gratis MP3-filer fra nettet, men hevder å bruke dette til å bli kjent med ny musikk for så å kjøpe CD-en i butikk dersom de liker det de hører - en såkalt ”try-before-you-buy” metode. For musikkbransjens del impliserer dette at inntekter finnes fortsatt i de taktile opplevelsene, men først og fremst i ikkekopierbare generativer.

“When MP3s started circulating , you had certain artists thinking like drug dealers in the way they used the internet: Here’s a little taste of my music for free, and then if it’s good, it gets you hooked that you go out and buy more, whether it’s a CD, a concert ticket, a T-shirt” (Michel Ackerman i Kot 2009:29).

Noen av de yngre informantene mine forteller at de likevel kjøper langt færre CD-er nå enn før, da de heller foretrekker LP-en som fysisk bevis på sin hengivelse. ”CD-er tilhører fortiden” (Bjarne 25). Utforskningsmuligheten ved streamingtjenestene er en høyt verdsatt kvalitet hos informantene mine, og for mange viderefører tjenestene praksisen fra nedlasting, der man sjekker ut hva som faller i smak, og kjøper så det fysiske eksemplaret av det man like best. Eierskap som egenskap har altså større verdi for brukeren ved bruk av taktile fremfor digitale formater. I tillegg til å knytte sterkere bånd med produkt og artist skyldes dette at den materielle og visuelle aura gjør interageringen med fysiske produkter mer konkret enn med digitale bits (Garnar 2008, Nag 2010, Benjamin 1968, Hodgson 2002). Disse kvalitetene gjør LP-en overlegen samtlige andre formater, selv om CD-en, vil noen hevde, er et tilsvarende format, dog i mindre utgave (Eisenberg 2005). Et fysisk format har for de fleste større samlerverdi enn et digitalt et, fordi digitale filer er immaterielle, lar seg lett kopiere, og mister aspekter som sjeldenhet og nostalgi (Kelly 2008, Garnar 2008, Brown og Sellen 2006, Eisenberg 2005). Mange brukere av MP3-filer er likevel opptatt med å rydde og strukturere de digitale samlingene på harddiskene sine på tilsvarende måte som andre behandler sine taktile formater. I tillegg verdsetter den digitale samleren høy brukervennlighet, hastighet og stor lagringskapasitet (McCourt 2004). For enkelte brukere med høy digital kompetanse, er digitale samlinger likeverdige som de taktile. Jeg har

likevel argumentert for at selve eierskapsforholdet til digitale musikkfiler er svakere enn ved taktile formater, fordi deres kopierbarhet og abstrakte natur svekker erkjennelsen av åndsverket. Jeg har også vist at streamingteknologien har potensiale til å omdefinere eierskapskonseptet i det brede lag (Barlow 1994, Drescher 2009, Dybward 2010). Bruk av streaming kan endre folks holdning til eierskap, der den tidligere tilskrevne verdien man la i musikkartefakten ”min” musikk heller blir ”vår” musikk. Dette er fordi alle får tilgang til samme kilden og kan tappe ubegrenset fra den, og dele seg i mellom enda mer direkte enn før. Majoriteten av informantene mine var heller skeptiske til en slik virkelighet, mest av alt fordi mye er fortsatt ukjent og at musikklandskapet fortsatt er i en omveltingsfase.

Streamingtjenestene er i skrivende stund flaggskipet i den musikkteknologiske utviklingen og informantene mine setter stor pris på tilgjengeligheten Spotify og Wimp representerer. Likevel melder flere fra om at omgang med brukervennlige tjenester gjør opplevelsen kjedelig, ettersom det ligger verdifulle dimensjoner i det å ”strebe” etter musikk. En del av spenningen i utforskning av ny musikk involverer en viss motstand. I tillegg kan den tilnærmet uendelige mengden musikk føre til svekket musikkinteresse på grunn av fallende grensenytte (Eriksen 2008).

Musikklytting som primæraktivitet virker å ha vært vanligere lyttermåte på 1960-70-tallet, da lavere medietilbud og formatenes begrensede bruksmåter gjorde musikklytting til en mer eksklusiv aktivitet enn det er i dag. De eldre informantene mine ga uttrykk for nostalgi og savn etter ”den gode lyttertiden”, der man brukte lengre tid til å lytte, og lytte mer fokusert til musikken (Wilson 2010, Eriksen 2001, Garnar 2008). Flere av de unge mener det samme, og hevder at de i større grad enn før har musikk i bakgrunnen til andre aktiviteter (Bull 2004). Årsakene til denne tendensen har jeg vist er: høyt bruk av mobile medier (Garnar, Pitt 2008), stor og enkel tilgang på musikk (Carr 2005, Anderson 2006), og det store medietilbudet generelt som er en del av informasjonsstrømmen i et stadig raskere samfunn (Eriksen 2001). Jeg har i tillegg påpekt at fragmentert lytting i nyere tid skyldes bruk av nett og mobile musikkmedier med egenskaper som høy brukervennlighet og stor lagringskapasitet, som skaper rastløshet og stimulerer til bytting av sanger (Skånland 2008, Eisenberg 2005, Turner 2008). Det er også et vagt skille mellom de eldre og unges forhold til MP3-spillere, der de førstnevnte har en mer reservert holdning til å bruke musikk til enhver tid (Pitt, Kaulingfreks og Warren 2008).

I drøftingen om lydkvalitetens relevans som egenskap ved musikkformatene har jeg vist at LP-en anses av de fleste informantene som fremdeles det beste formatet rent lydmessig. De eldre informantene viser generelt større bevissthet til lyd kvalitet. Ved bruk av mobile medier er ikke lyd kvaliteten like relevant og avspilleranlegg er ofte viktigere enn formatet. Jeg har også vist til kvantitative studier som hevder at preferanser av format basert på lyd står i samsvar med hvilket format lytteren er vant til (Ahmed 2009).

## **7.2) Avsluttende betraktninger og tema til videre forskning**

Underveis i denne prosessen har jeg oppdaget mange interessante sider ved brukernes forhold til musikk sett i lys av den generelle samfunnsutviklingen. Jeg ser spesielt streamingtjenestenes innflytelse på musikkbruk som et interessant utgangspunkt for videre forskning på brukeres forhold til musikk. På tidspunktet intervjuene med informantene mine fant sted (februar 2010) var streamingtjenestene nokså nye for mange av dem, og bruken av tjenesten heller moderat. En dyptgående studie av ivrige streamingbrukere de nærmeste årene vil være interessant for å belyse holdninger, først og fremst i forhold til eierskapsdiskursen. Vil fremtidens musikkbrukere se på musikk som noe de eier, en ting de føler eierskap til, eller mer som en tjeneste som de kan tappe fra når hen behovet melder seg? Vil folk fortsette å holde fast ved et begrenset antall MP3-filer på sine iPoder, eller vil de foretrekke å ha musikken sin i nettskyen der multimediatelefoner kan nå hva de måtte ønske, når de måtte ønske? Slike problemstillinger kan også appellere til andre kulturprodukter i lyset av nettskyens infiltrering av stadig flere aspekter ved samfunnet.

Teknologi har uten tvil gjort musikk billigere, mer tilgjengelig og allestedsværende, men har det samtidig gjort den mindre ”hellig”? At i konkurranse med stadig flere underholdningsprodukter blir musikk, som oppgaven tidligere antydte, kun en kontinuerlig bakgrunnsbeat til livet, med utvannet betydning? Musikken altså. Kan det muligens være sånn at oppi alt dette har musikk faktisk mistet noe av sin *iboende* verdi? Forfatter av boken *Rock'n'Roll Will Save Your Life* Steve Almond frykter så og legger til:

“The ease with which we can hear any song at any moment we want no matter where we are (and often for free) has diluted the very act of listening, rendering it just another channel on our ever-expanding dial of distractions” (Almond 2010).

Katz viser også bekymring for at det uendelige mangfoldet av digitale musikkfiler gjør at musikk kan bli devaluert til et bruk og kast fenomen. “(...) the intangibility of MP3’s and the ease with



which they are obtained, disseminated, and deleted may encourage the sense that music is just another disposable commodity (...)" (Katz 2004:175). Det er utenfor oppgavens interessefokus å svare på slike problemstillinger, men det kan være interessant for videre forskning å se på langtidseffekten av musikkens fallende grensenytte.

\*

"The world of iMedia has definite virtues, but preserving a place for the relatively clunky world of CD's, LP's CD players and bodies remains important. This entails a balancing act: not one or the other, but a plurality of media" (Garnar 2008:40).

Jeg har i denne oppgaven vist at fortidens egenskaper ved formatene gir særegne musikalske opplevelser. Opplevelser som ikke lar seg overføre til "det immaterielle musikkfamfunn", som Torbjørn Hvattum er i ulage med. Katz er overbevist om at det nettopp er de fysiske produktenes mange fordeler som kommer til å hindre dem i å forsvinne: "(...) the intangibility of MP3's means not only that they are free but that, ironically, they will not replace their rivalrous and often costly ancestors" (Katz:172). Men selv om de tradisjonelle verdiaspektene *tangibility* og *visibility* fortsatt står som viktige egenskaper ved musikkprodukter, og ikke ser ut til å forsvinne like raskt som de dystreste profetiene skulle ha det til, så har de seneste teknologiske konseptene brakt med seg nye egenskaper og dermed generert nye verdier for musikkbrukeren, noe som videre tvinger musikkbransjen til å tilpasse seg enda nyere virkeligheter. For musikkbransjens del kan det derfor, som også Wenche Nag foreslår i sin konklusjon, være gunstig å utvikle et bredt spekter av musikkprodukter basert på ulike egenskaper, slik at tilfeldige forbrukere og oppdagere så vel som dedikerte fans og samlere i ulike aldre og med ulikt nivå av digital kompetanse, får sine ønsker oppfylt (Nag 2010:65).

*"In stead of the one world promised by cybernauts we may end up with millions of parallel worlds – worlds largely unmenaced by surface noise, but menacing and pleasuring us with their stubborn multiplicity."* (Eisenberg 2005:216)



# REFERANSELISTE

## Litteratur

Anderson, Chris (2008): *Free! Why \$0.00 Is the Future of Business*, New York: Hyperion

Anderson, Chris (2006): *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York: Hyperion

Bauman, Zygmunt (1993): *Postmodern Etchis*, Oxford UK og Cambridge USA, Basil Blackwell

Benjamin, Walter (1968): "Unpacking My Library: A Talk About Collecting", i *Illuminations*, ed. Hannah Arendt, trans. Harry Zohn, New York: Schocken Books

Brown, Barry og Sellen, Abigail (2006): "Sharing and Listening to Music" kap 3 i Brown, Barry og O'Hara, Kenton (2006): *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*, Dordrecht: Springer

Bull, Michael (2005): "No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening" i *Leisure Studies*, Routledge

Bull, Michael (2006): "Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod", kap 7 i Brown, Barry og O'Hara, Kenton (2006): *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*, Dordrecht: Springer

Carr Nicholas (2008): *The Big Switch – Rewiring the World, from Edison to Google* W.W. New York: Norton and Company,

Coleman, Mark (2005): *Playback: From the Victrola to MP3, 100 Years of Music, Machines, and Money*, Cambridge: Da Capo Press

Dahl, Per (red.) (2007): *Norge – ett lydrike? Verneplan for norske lydfestnigner*, Stavanger: Allservice, [online] Tilgjengelig på <http://www.nb.no/verneplan/lyd/lydbarer.html>

De Certeau, Michel (1984): *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: California University Press

- Edwards, Tim (2000): *Contradictions of Consumption* Buckingham: Open University Press,
- Eisenberg, Evan (2005): *The Recording Angel: Music, Records and Culture from Aristotle to Zappa* (2nd edition) New Haven: Yale University Press
- Ellis, John (2000): *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*, New York: St Martins Press
- Eriksen, Thomas Hylland (2001): *Øyeblikkets tyranni*, Oslo: Aschehoug
- Eriksen, Thomas Hylland (2008): *Storeulvsyndromet: Jakten på lykken i overflodsamfunnet*, Oslo: Aschehoug
- Garnar, Andrew Wells (2008). "Don't delete these memories: The iPod and materiality" i D.E Wittkower (red): *iPod and Philosophy: iCon of an ePoch*, Kap. 3 s.29-40. Chicago: Open Court
- Gentikow, Barbara (2005): *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-forlaget AS.
- Gibson, J. James (1979): *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston: Houghton Mifflin
- Hesmondhalgh, David (2007): *The Cultural Industries. 2nd ed.* London: Sage
- Katz, Mark (2004): *Capturing Sound – how technology has changed music*, Berkeley: University of California Press
- Kaulingfreks, Ruud and Warren, Samantha (2008): "Mobile Clubbing: iPod, Solitude, and Community" i D.E Wittkower (red): *iPod and Philosophy. iCon of an ePoch*, Kap.14, s.167-179 Chicago: Open Court
- Kelly, Kevin (1999): *New Rules of the New Economy*, Harmondsworth: Penguin Putnam Inc.
- Kot, Greg (2009): *Ripped: How the Wired Generation Revolutionized Music* New York: Scribner
- Kohler, Eric (1999): *In the Groove – Vintage Record Graphics 1940-1960*, San Francisco: Chronicle Books

- Kusek, David and Leonhard, Gerd (2005): *The Future of Music – Manifesto for the Digital Music Revolution*, Boston: Berklee Press.
- Kvale, Steinar (1997): *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lessig, Lawrence (2001): *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*, New York: Random House
- Lessig, Lawrence (2008): *Remix: Making Art and Commerce Thrive in a Hybrid Economy*, London: Bloomsbury
- Leppert, Richard (1993): *The Sight of Sound: Music, Representation, and the History of the Body*, University of California Press.
- Maasø, Arnt (1995): *Lyden av Levende Bilder*. Hovedoppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Marmorstein, Gary (2007): *The Label: The Story of Columbia Records*, New York: Thunder's Mouth Press
- McCourt, Tom (2005): "Collecting Music in the Digital Realm" i *Popular Music and Society*, s. 249-252, Routledge
- Milner, Greg (2009): *Perfecting Sound Forever: An Aural History of Recorded Music*, New York: Faber and Faber Inc
- Morton jr., David L. (2004): *Sound Recording: The Life Story of a Technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press
- Møllhausen, Marit (2008): *Mobil musikk*. Masteroppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo
- Nag, Wenche (2010): "Musikkbruk og forretningsmodeller i en delingskultur." *Norsk medietidsskrift* nr. 01/2010 s. 46-66. Universitetsforlaget.
- Pitt, Joseph C. (2008): "Don't Talk to Me" i D.E Wittkower (red): *iPod and Philosophy. iCon of an ePoch*, Kap.13, s.161-165 Chicago: Open Court
- Pohlman, Ken C. (1992): *The Compact Disc Handbook 2<sup>nd</sup> ed.* A-R Editions Inc, Madison

Ritzer, George (2005): *Enchanting a Disenchanted World* Pine Forge Press, Sage

Ruud, Even (2005): *Lydlandskap: Om bruk og misbruk av musikk*, Bergen: Fagbokforlaget

Sennett, Richard (1990): *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities*, New York: Alfred A. Knopf

Silverman, David (2005): *Doing Qualitative Research*, Sage Publications Ltd.

Simmel, George (1997): "The Metropolis and Mental Life." I Frisby, David og Mike Featherstone (red.): *Simmel on Culture*, s. 174 –185. London: SAGE Publications.

Skånland, Marie Strand (2007): *Soundescape: en studie av hvordan musikk blir integrert i hverdagen til brukere av mp3-spillere*. Masteroppgave ved Institutt for Musikkvitenskap, Universitetet i Oslo.

Stenseng, Hilde (2008): *En vakrere hverdag: MP3-spillere, estetikk og hverdagsliv*. Masteroppgave ved Institutt for Media og Kommunikasjon, Universitetet i Oslo

Turner, Donald (2008): "Listening with the Other; Listening to the Other" i D.E Wittkower (red): *iPod and Philosophy. iCon of an ePoch*. Kap.12 s.145-159 Chicago: Open Court

### **Avisartikler:**

Asker, Cecilie (2010): - *CD-en er død innen fem år* (Aftenposten 13.10.2010)

Hvattum, Thorbjørn (2010): *Lykke i en platehylle* (Aftenposten 13.10.2010)

## Nettkilder:

Ahmed, Murad (2009): *Young music fans deaf to iPods's limitations* , [Online] Tilgjengelig fra [http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech\\_and\\_web/personal\\_tech/article5847674.ece](http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/personal_tech/article5847674.ece) [Lesedato 13.04.2010]

Almond, Steve (2010): *The trouble with easy listening* [Online] Tilgjengelig fra <http://articles.latimes.com/2010/mar/26/opinion/la-oe-almond26-2010mar26> [Lesedato 21.09.2010]

Barlow, John Perry (1994): "The Economy of Ideas" i *Wired Magazine* (Mars 1994) [Online] Tilgjengelig fra <http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.html> [Lesedato 17.02.2010]

Beatty (2007): *MP3s and Sound Quality* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.artistshousemusic.org/videos/mp3s+and+sound+quality> [Besøksdato 09.09.2010]

Benson, Robert (2007): *Album Covert Art – Part One* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.isnare.com/?aid=162580&ca=Entertainment> [Lesedato 10.08.2010]

Benson, Robert (2008): *Album Cover Art History – Forty Years That Changed Society* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.isnare.com/?aid=230369&ca=Entertainment> [Lesedato 10.08.2010]

Bignell og Sunyer (2008): *Rock Art... R.I.P?* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/features/rock-art-rip-899779.html> [Lesedato 13.08.2010]

Calbi, Greg (2008): *Deep Listening: Why Audio Quality Matters* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.youtube.com/watch?v=SY5hI98HEi0> [Besøksdato: 07.02.2010]

Civita (2009): *Ytringsfrihet: Barlow om internett og eiendomsrett* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.civita.no/tema/debatten-om-debatten/eiendomsrettigheter-993> [Besøksdato 07.05.2010]

Coleman, Nick (2009): *The I-Decade* [Online] Tilgjengelig fra <http://moreintelligentlife.com/content/nick-coleman/i-decade> [Lesedato 08.09.2010]

- Dougherty, Dale (2009): *The Sizzling Sound of Music* [Online] Tilgjengelig fra <http://radar.oreilly.com/2009/03/the-sizzling-sound-of-music.html> [Lesedato 13.04.2010]
- Drescher, Peter (2009): *The Myth of Music Ownership* [Online] Tilgjengelig fra <http://broadcast.oreilly.com/2009/12/the-myth-of-music-ownership.html> [Lesedato 16.08.2010]
- Dybwad, Barb (2010): *Music Ownership Beats Music Subscription in Reader Poll* [Online] Tilgjengelig fra <http://mashable.com/2010/02/08/music-ownership-beats-subscription/> [Lesedato 14.05.2010]
- E24 Media (2010): *Norske plateselskap dropper Spotify* [Online] Tilgjengelig fra <http://e24.no/media/article3709159.ece>. [Lesedato 09.09.2010]
- Gjerstad, Leif (2010): Singelens revansje [Online] Tilgjengelig fra <http://www.abcnyheter.no/kultur/100127/singelens-revansje> [Lesedato 03.04.2010]
- Gjersøe, Jørn (2009): *Eksplosiv økning i vinyl salget* [Online] Tilgjengelig fra [http://www.nrk.no/kultur\\_og\\_underholdning/1.7157978](http://www.nrk.no/kultur_og_underholdning/1.7157978) [Lesedato 07.09.2010]
- Google Atmosphere Conference (2009): *Google Atmosphere Sessions* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.youtube.com/watch?v=6LIcEl2xnxw&feature=SeriesPlaylist&p=0BE7EFAFDA7842D9> [Lesedato 03.11.2009]
- Hodgson, Jay (2002): "Unpacking the CD Library" i *Discourses in Music: Volume 3 no. 3* [online] Tilgjengelig fra <http://www.discourses.ca/v3n3a2.html> [Lesedato 12.03.2010]
- Jarlevang, Lennart (2000): *A Great Hobby – Hi-fi Equipment and Good Sound* [online] Tilgjengelig fra <http://www.lennartlabs.se/philosophy/greathobby4.htm> [Lesedato 07.05.2010]
- Kahney, Leander (2004): *Bull Session With Professor iPod* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.wired.com/gadgets/mac/news/2004/02/62396> [Lesedato 12.09.2010]
- Kelly, Kevin (2008): *Better Than Free* [Online] Tilgjengelig fra <http://changethis.com/manifesto/53.01.BeyondFree/pdf/53.01.BeyondFree.pdf> [Lesedato 15.12.2008]



- Kirknes, Leif Matrin (2010): *600 000 nordmenn bruker Spotify* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.idg.no/computerworld/article156956> [Lesedato 22.02.2010]
- Lorentzen, Sigrid Schei (2009): *Ulovlig nedlasting utkonkurreres* [Online] Tilgjengelig fra <http://p3.no/ulovlig-nedlasting-utkonkurreres/> [Lesedato 02.04.2010]
- Maxcy, Chris (2009): *Introducing Vevo: A New Music Video Destination Powered by YouTube* [Online] Tilgjengelig fra <http://youtube-global.blogspot.com/2009/12/introducing-vevo-new-music-video.html> [Lesedato 12.01.2010]
- Morrison, Richard (2009): *iPod technology takes the cough out of Tchaikovsky* [Online] Tilgjengelig fra [http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech\\_and\\_web/personal\\_tech/article5847562.ece](http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/personal_tech/article5847562.ece) [Lesedato 18.05.2010]
- Neset, Tore (2009): *YouTube passerer 1 milliard per døgn* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.digi.no/815532/youtube-passerer-1-milliard-pr-dogn> [lesedato 12.01.2010]
- Olson, Lynn (2005): *Illusion Engines* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.nutshellhifi.com/library/illusion-engines.html> [Lesedato 03.06.2010]
- Omdahl, Jan (2009): *Vinyl på dataskjermen* [Online] Tilgjengelig fra [http://www.dagbladet.no/2009/09/15/kultur/tekno/data\\_og\\_teknologi/itunes/musikk/8108704/](http://www.dagbladet.no/2009/09/15/kultur/tekno/data_og_teknologi/itunes/musikk/8108704/) [Lesedato 28.09.2010]
- Plambeck, Joseph (2010): *In Mobile Age, Sound Quality Steps Back* [Online] Tilgjengelig fra [http://www.nytimes.com/2010/05/10/business/media/10audio.html?\\_r=1&scp=1&sq=in%20mobile%20age,%20sound%20quality&st=cse](http://www.nytimes.com/2010/05/10/business/media/10audio.html?_r=1&scp=1&sq=in%20mobile%20age,%20sound%20quality&st=cse) [Lesedato 20.05.2010]
- Robson, Wyde (2009): *Kids Prefer Poor Quality MP3* [Online] Tilgjengelig fra <http://www.audioholics.com/news/industry-news/kids-prefer-poor-quality-mp3?date=100220090311> [Lesedato 15.04.2010]
- SVTplay (2010): *Uppdrag Granskning Kultur: Scenen* [Online] Tilgjengelig fra [http://svtplay.se/v/2146051/uppdrag\\_granskning/uppdrag\\_granskning\\_kultur\\_del\\_3\\_av\\_4](http://svtplay.se/v/2146051/uppdrag_granskning/uppdrag_granskning_kultur_del_3_av_4) [Besøksdato 14.09.2010]

Wilson, Steven (2010): *A Frontman Says, 'Music is Not Software; Music is Art'* [Online]  
Tilgjengelig fra <http://www.nytimes.com/2010/05/15/opinion/15music.html> Lesedato  
[20.05.2010]

### **Oppslagsverk:**

Kunnskapsforlaget (2007): *Engelsk blå ordbok*, Oslo: Kunnskapsforlaget

Blackburn (1996): *Oxford Dictionary of Philosophy*, Oxford: Oxford University Press

Store Norske Leksikon (1) <http://www.snl.no/verdi/%C3%B8konomi>

(2) <http://www.snl.no/streaming/IT>

### **Tabeller og diverse informasjon:**

Apple (2010): <http://www.apple.com/itunes/10-billion-song-countdown/>

IFPI (2009): <http://www.ifpi.no/statistikk/Diverse%20statistikk%20IFPI.pdf>

IFPI (2009a): <http://www.ifpi.no/statistikk/2009/index.htm>

Norsk Mediebarometer (2009): [http://www.ssb.no/medie/sa113/plate\\_kassett.pdf](http://www.ssb.no/medie/sa113/plate_kassett.pdf)

Spotify info: <http://www.spotify.com/no/about/press/background-info/#the-music-service>

<http://www.spotify.com/no/get-spotify/overview/>

<http://www.spotify.com/no/get-spotify/premium/>

<http://www.spotify.com/no/about/what/>

Torrentfreak.com (2009): <http://torrentfreak.com/bittorrent-still-king-of-p2p-traffic-090218/>

Wray, Richard (2009): <http://www.guardian.co.uk/business/2009/may/18/digital-content-expansion>

### **Film**

J.F. Sebastian (2004): *Info Wars*

## Bilder

Ett av elementene i forsidebildet er under creativ commons lisens. [online] Tilgjengelig fra [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vinyl\\_record\\_LP\\_10inch.JPG](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Vinyl_record_LP_10inch.JPG).

”Digital stream” er kjøpt under en ’fri bruk’ linsens.

Bildet av ”Walkpod” er hentet fra [http://likecool.com/Apple\\_Walkpod--Design--Gear.html](http://likecool.com/Apple_Walkpod--Design--Gear.html). Opphavsopplysninger finnes ikke.

## Vedlegg 1:

### Intervjuguide

#### Introduksjon

- Presentasjon av moderator
- Formål med dybdeintervjuet
- Informere om anonymitet
- Presentere dybdeintervjuet. Bakgrunn, informantenes rolle, gangen i intervjuet, gjennomføring og målsetting.

#### Innledende spørsmål

- Presentasjon av informant.
  - *Alder og litt bakgrunn.*

#### Del 1. Generelt om musikk og musikkbruk

- 1.1. Lytter du mye til musikk?
- 1.2. Har du hørt på musikk i dag? Fortell litt om hva. Hvilket musikkmedium brukte du da?  
*Hvis ikke:* Hørte du på musikk i går? Evt. Når var siste gang du hørt på musikk, og hva lyttet du på da, og på hvilket format?
- 1.3. – Hører du oftest på det samme, eller pleier musikkvalget ditt å variere?  
*Tillegg:* Hva slags musikk? hvilke genre, artister?

- 1.4. Hvilke musikkmedier bruker du til å lytte på musikk? (Radio, mp3, CD, Streamingtjenester, DVD, vinyl, TV etc.)
- 1.5. Hvilke av disse bruker du mest? Hvorfor det?
- Hvilke egenskaper ved dette mediet er det som appellerer mest til deg?
  - Har du noe spesielt forhold (eks nostalgi eller lignende) til et musikkformat?
- 1.6. Hvor og når lytter du til musikk?
- 1.7. Hvilket musikkmedium bruker du til å lytte på når du er hjemme?
- (*husarbeid, lekser, avslapping etc.*)
- 1.8. Hvordan lyttet du til musikk i dag? Evt i går?
- (*eks. alene, musikk som bakgrunnslyd til andre aktiviteter, sammen med video, fokusert?*)
- Er dette typisk? Hører du på andre måter?
- 1.9. Lytter du på musikk med venner? Hvordan foregår det? (*spillelister, CD, fest*)
- 1.10. Hvordan opplever du det å lytte til musikk alene og lytte sammen med venner? Er dette to forskjellige lytteropplevelser for deg?
- 1.10. Varierer musikkutvalget i disse situasjonene?
- 1.11. Varierer musikkformatene i disse situasjonene? Hvilke brukes vanligvis?
- 1.12. Snakker du og dine venner om fordeler / ulemper ved ulike musikkformater?
- Hvis ja: Hvilke blir nevnt?
- 1.13. Hvordan oppdager du ny musikk? Gjennom hvilke informasjonskanaler?
- (Radio, salgslistene, MTV, venner, nettmedier, streamingtjenester, aviser, etc)

### **Historisk tilbakeblikk**

- H.1 Hørte du på musikk i din ungdomstid?
- H.2 Hva slags musikk pleide du å høre på?

*Tillegg: Hvilke artister, genre, epoke?*

- H.3 Hva slags musikkmedier brukte du for å lytte til musikk?
- H.4 Har du noen gang ”oppgradert” musikkksamlingen din til nye formater? (*eks. kjøpt samme album på annet format, spilt over til nytt format o.l*)
- H.5 Hvordan oppdaget du ny musikk?
- H.6 Hvordan skaffet du deg ny musikk?
  - Hvilke positive/negative forhold/minner har du til anskaffelsesmetoden?
- H.7 Har du noen gang laget samleskiver/mixer av enkeltlåter?
- H.8 Hvilke fordeler og ulemper så du i de gamle musikkformatene?
- H.9 Du har tidligere nevnt de mest appellerende trekkene ved (foretrukket format) som du bruker mest av i dag. Hvilke ulemper opplever du ved (sett inn format fra spørsmål 1.4)

### **Eierskap og samling av musikk**

- S. 1 Eier du musikk?
- S. 2 Hvordan har du fått tak i denne musikken?
  - Hvordan tilegner du deg vanligvis musikk?
- S. 3 Samler du på musikk? Hvorfor/Hvorfor ikke?
- S. 4 Foretrekker du å eie musikken du lytter til? Hvorfor / Hvorfor ikke?
- S.6 Kan en si at / er det riktig å påstå at lytteropplevelsen forandres når man eier musikken selv? *Hvis ja, på hvilken måte da?*
- S. 7 Har du en musikkksamling hjemme hos deg? Hvis filformat; gå til nettseksjon!: På PC, iPod, Spotify e.l
  - Hvis CD/LP: Holdes den godt synlig?
- S. 8 Har coveret og det visuelle uttrykket på en innvirkning på musikkopplevelsen din?
- S. 9 Ved kjøp av musikk i butikk, pleier du å bla i coverheftet før du kjøper

CD-en/LP-en? Hvorfor / Hvorfor ikke?

- S. 10 Hvor ofte betaler du for musikken din?
- S. 11 Hvor mye betaler du vanligvis for et musikkprodukt.
- S. 12 Hvor mye er du villig til å betale for musikk? (*CD, Vinyl, DVD, mp3*)  
- i butikk - på web - via mobil
- S. 13 Synes du det er uetisk å ikke betale for musikk man vil ha?

### **Musikk på internett**

- 3.1 I hvilken grad kjenner du til muligheten til å laste ned musikk via nett gratis?
- 3.2 Hva synes du om slike muligheter?
- 3.3 Har du noen gang lastet ned musikk via internett?
- 3.4 Hvilke(n) tjeneste(r) bruker du til nedlasting?  
- Vet du om dette er lovlig/ulovlig tjenester?
- 3.5 Hvor ofte laster du ned musikk?
- 3.6 Hva laster du ned? (*enkeltlåter, album, live etc*)
- 3.7 Hvor viktig er lyd kvalitet for deg? (*generelt og ved hvert format*)  
- Hvilke filformat bruker du? Hvorfor akkurat det formatet?
- 3.8 Hvor stor del av musikken din vil du si er nedlastet?
- 3.9 Hva er det mest appellerende ved mp3 formatet og nedlasting fra nettet?
- 3.10 Bruker du streamingtjenester? Hvis ja, hvilke?
- 3.11 Hvordan bruker du disse tjenestene?
- 3.12 Betaler du for disse tjenestene? Hvorfor / Hvorfor ikke?  
- Synes du det er uetisk å ikke betale for musikken du vil ha på nett? Hvorfor?

3.13 Hva er det mest appellerende ved streamingtjenester?

*Tillegg:* Gir streaming en ny måte å oppleve musikk på som du ikke hadde tidligere? På hvilken måte?

## **5. Til slutt**

5.1 Hvordan vil du karakterisere ditt forhold til musikk? *Evt mer spesifikt:* Er musikk en viktig del av livet ditt? Hvorfor/hvorfor ikke? Hvor viktig er musikk for deg?

5.2 Hva er viktigst for deg ved bruken av musikk?

5.3 Er det noe du vil tilføye?

**Tusen takk for at du tok deg tid til dette intervjuet!**

## Vedlegg 2:

### Eksempel på fortolkende matrise brukt til analyse av informantene.

"Thor" (53) om:	<b>Profil:</b> Sivilingeniør innen Data og IT. Høy digital kompetanse. Bruker av nyeste digitale produkter. Opptatt av kvalitet i produkt og i lyd.
Mest brukte medium	Spotify via iPhone både hjemme (koblet til stereoanlegg) og på jobb (koblet til headset). <ul style="list-style-type: none"><li>Tilgjengelighet, effektivitet og forutsigbarhet er nøkkelaspekter ved valget av iPhone som bruksmedium.</li></ul> I bilen brukes også radio hyppig.
Eierskap	<u>Han foretrekker å eie musikken han lytter til.</u> Det gir en følelse av "intellektuell kontroll" der han kan <u>vise frem musikkelementer</u> for andre.
Streaming (via iPhone)	Aktiv bruker av <u>Spotify</u> . <u>Betaler abonnementsavgift</u> på 99 kroner i måneden, noe han mener er en meget lav pris med tanke på mengden musikk man får tilgang til. <ul style="list-style-type: none"><li>Kvalitet er viktig (betaling for Spotify gir høyere kvalitet på låtene enn via gratisversjonen). Det stilles forventinger til låtene som avpilles. Det skal ikke hakke eller oppstå andre komplikasjoner. Med Spotify på iPhone har det ikke vært noen slike problemer.</li><li>I tillegg er det fint at man kan bli avbrutt av en telefon (man er ikke helt isolert fra omverdenen slik man lett kan bli med vanlige mp3 spillere).</li></ul> Oppdager ny musikk gjennom Spotify
Det visuelle/taktile	Det visuelle aspektet har også <u>en forsterkende effekt</u> på lytteropplevelsen. Det <u>forsterker engasjementet og anerkjennelsen</u> til artisten å se hvordan han/hun utfører musikkverket. <ul style="list-style-type: none"><li>Live DVD-er er også et yndet musikkmedium.</li></ul>
Vinyl	Vinylen stod (og står fortsatt) ham nært. Han har flere esker med LP plater på loftet, mens MC kassetten har han kastet. <u>Vinylen bærer "opplevelsen"</u> , mens kassetten kun fungerte i bilen samt som opptaksmedium for å bli kjent med nye artister. Dersom han likte det han hørte på kassett gikk han i butikken og kjøpte albumet til artisten på LP. Dette gjøres fortsatt, men med Spotify som utgangspunkt for <u>oppdagelsen</u> av musikk. Dersom det er noe som er ekstra tiltalende vil han kjøpe plater og/eller Live DVD-er.