

Opplevelsen av musikk gjennom radio og strømmetjenester

Henrik Evensen



Masteroppgave i musikkvitenskap

30 studiepoeng

Institutt for musikkvitenskap

UNIVERSITETET I OSLO

Våren 2020

© Henrik Evensen

2020

Opplevelsen av musikk gjennom radio og strømmetjenester

Omslagsillustrasjon: Henrik Evensen

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reposentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Denne avhandlingen tar for seg hvordan ulike medier kan påvirke hvordan vi lytter til og opplever musikk ved å sammenligne hverdagslig bruk av radio og musikkstrømmetjenester for musikklytting. Jeg har gjennomført kvalitative forskningsintervjuer med fire musikklyttere i midten av 20-årene for å forsøke å fange opp deres perspektiver og erfaringer knyttet til bruk av radio og musikkstrømmetjenester, og analysert dette i forhold til teori som belyser ulike aspekter knyttet til musikklytting gjennom ulike medier. Ved å sammenligne to av de vanligste mediene for musikklytting, vil jeg med denne oppgaven kunne belyse fordeler og ulemper ved radio og strømmetjenester som musikkformidlere, samt undersøke hva som skiller dem fra hverandre. Oppgaven befinner seg i et krysningspunkt mellom musikk- og medievitenskap, og vil være et bidrag som tetter et hull knyttet til forskning som sammenligner musikklytting gjennom lineære og ikke-lineære medier.

Abstract

This thesis will look into how different media can affect how we listen to and experience music by comparing everyday use of radio and music streaming services for music listening. I have conducted qualitative research interviews with four people in their mid 20's and tried to capture their perspectives and experiences concerning use of radio and music streaming services, and I have analyzed their perspectives in relation to relevant theoretical perspectives that highlights various aspects about music listening through different media. By comparing two of the most common media for music listening purposes, I will with this thesis discover various advantages and disadvantages with radio and streaming services as providers of recorded music, in addition to highlight the differences between them as music providers. The thesis puts itself in an intersection between music and media studies and will fill a gap regarding research on music listening through linear and non-linear media.

Forord

Denne oppgaven er for meg så mye mer enn bare en oppgave. Den er også en hyllest til alle de gangene jeg har opplevd at musikk har gjort livet mitt litt mer interessant, litt mer behagelig og litt mer verdifullt. I arbeidet med denne masteroppgaven har jeg lyttet nær sagt kontinuerlig til musikk gjennom ulike medier - så mye at enkelte artister burde takke meg for å ha tilført noen hundre, eller til og med noen tusen nye avspillinger. Av og til har musikklyttingen vært preget av rutiner og automatikk, andre ganger har musikken tilført ny energi og arbeidsglede. Musikk har uansett vært en viktig del av denne prosessen, og det har vært givende å arbeide med en tematikk som opptar de aller fleste av oss.

Jeg vil gjerne takke alle de som har fulgt med meg i denne prosessen. Gjengen, Tranen, Radio Nova og IMV. Familien må også takkes for støtte, oppmuntring og gode samtaler, selv når ting ikke går helt på skinner. Takk til informantene for uvurderlige refleksjoner, hyggelige intervjuer og for at dere orket å bruke av deres egen tid for å hjelpe meg. Jeg vil også takke min kjæreste Rebecca for omsorg og trygghet, nødvending drahjelp og for at du alltid er der for meg. Og ikke minst min dyktige veileder, Yngvar Kjus, som alltid sa de rette tingene for at jeg skulle komme meg videre i prosjektet. En stor takk rettes også til Roar Kristensen for korrektur og språkvask.

Til slutt vil jeg takke min fantastiske mor, Guro som dessverre gikk bort like før jeg skulle levere denne avhandlingen. Jeg er så takknemlig for alle årene vi fikk sammen, og jeg håper og tror du ville vært stolt av meg når jeg nå setter sluttstreken for dette prosjektet.

Tusen takk, og god lesning.

Oslo, mai 2020.

Henrik Evensen

Før meg er musikk en underholdningskilde, en tankevekker, et stimuli i en eller annen form, som kan styrke eller svekke en følelse. En slags følgesvenn. Og en samhörighet.

(Marie, 23)

Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon	1
1.1	<i>Bakgrunn og problemstilling</i>	1
1.2	<i>Avgrensninger</i>	1
1.3	<i>Om oppgavens struktur.....</i>	3
2	Musikklytting – teoretiske perspektiver	4
2.1	<i>Musikklyttingens kompleksitet.....</i>	4
2.2	<i>Hvorfor lytter vi til musikk?</i>	5
2.3	<i>Selvvalgt musikk</i>	6
2.4	<i>Aktiv/passiv lytting</i>	7
2.5	<i>Musicking</i>	9
3	Radio og strømmetjenester som musikkmedier	12
3.1	<i>Radio: et sekundært massemedium</i>	12
3.1.1	<i>Musikk på radio</i>	14
3.1.2	<i>«Liveness»</i>	15
3.2	<i>Strømmetjenester: den nye standarden for musikklytting.....</i>	16
3.2.1	<i>Strømmetjenester og hverdagslig musikklytting.....</i>	17
3.3	<i>Mediering</i>	19
4	Metode.....	22
4.1	<i>Det kvalitative forskningsintervjuet</i>	22
4.2	<i>Digitaliserte lyttere.....</i>	24
4.3	<i>Utvalg.....</i>	26
4.4	<i>Gjennomføring og spørsmål.....</i>	27
4.5	<i>Transkripsjon og analyse.....</i>	28
4.6	<i>Etiske retningslinjer og personvern</i>	29
5	Analyse og funn	30
5.1	<i>Informantenes lyttevaner</i>	30
5.2	<i>Opplevelsen av musikk gjennom strømmetjenester.....</i>	34
5.3	<i>Opplevelsen av musikk på radio</i>	35
5.4	<i>Felleskap.....</i>	37
5.5	<i>Musikkoppdagelse i Spotify.....</i>	38
5.6	<i>Musikkoppdagelse på radio</i>	40
5.7	<i>Forandring fryder. Eller?.....</i>	41
6	Diskusjon: Musikk gjennom ulike medier	44
6.1	<i>Radio og strømmetjenesters betydning for hvordan vi lytter til og opplever musikk.....</i>	44
6.1.1	<i>Aktiv og passiv mediebruk.....</i>	44
6.1.2	<i>Valg av musikk</i>	45

6.2	<i>Forskjellen mellom radio og strømmetjenester som musikkformidlere</i>	46
6.3	<i>Hverdagslytting i endring</i>	48
6.4	<i>Den subjektive opplevelsen av musikk</i>	50
6.5	<i>Videre forskning</i>	50
	Bibliografi	52
	Vedlegg 1: Oversikt over norske riksdekkende radiokanaler	55
	Vedlegg 2: Intervjuguide	56
	Vedlegg 3	57
	<i>Lytting til radio 1991-2019. Prosent og minutter.</i>	57
	<i>Lytting til lydmedier 1991-2019. Prosent og minutter</i>	58

1 Introduksjon

1.1 Bakgrunn og problemstilling

Musikk har preget hverdagen min så lenge jeg kan huske, og i løpet av årenes gang har jeg etterhvert forholdt meg til en rekke ulike medier for musikklytting. I dag er jeg en aktiv musikklytter, og jeg benytter meg hovedsakelig av strømmetjenester og radio for å lytte til musikk. Bakgrunnen for denne oppgavens tematikk kommer av at jeg opplever at mediet har betydning for hvordan jeg lytter til og opplever musikk, og jeg vil i denne oppgaven se nærmere på mediets rolle i forbindelse med hverdagslig musikklytting. For å avgrense oppgaven vil jeg ta utgangspunkt i radio og strømmetjenester ettersom dette er to av de vanligste mediene for musikklytting i Norge i dag (Statistisk sentralbyrå 2020, 12). Jeg vil med dette forsøke å besvare følgende problemstilling: *Hvilken betydning har radio og strømmetjenester for hvordan vi lytter til og opplever musikk, og hva er forskjellen mellom dem som musikkformidlere?*

Oppgaven befinner seg i et krysningspunkt mellom musikk- og medievitenskap, og med et fenomenologisk rammeverk inspirert av Steinar Kvaales syn på det kvalitative forskningsintervju som en nyttig måte å innhente data om folks livsverden i møte med forskjellige temaer innenfor humaniora (Kvale 2006, 21), vil jeg gjennom halvstrukturerte forskningsintervjuer med fire personer i midten av 20-årene undersøke hvordan disse lytter til og opplever musikk gjennom radio og strømmetjenester. Jeg vil, med utgangspunkt i et utvalg av teoretiske perspektiver knyttet til musikklytting og bruk av ulike medier for musikklytting, i tillegg til egne innsamlede empiriske data, forsøke å besvare hvordan ulike medier kan påvirke hva vi lytter til, hvordan vi lytter og hvordan vi opplever musikken vi lytter til med utgangspunkt i radio og strømmetjenester. Jeg vil også benytte meg av statistikk fra Statistisk sentralbyrå for å underbygge mine funn, slik at funnene kan sees i sammenheng med den øvrige befolkningen sine musikk- og medievaner.

1.2 Avgrensninger

Jeg har som nevnt valgt å ta utgangspunkt i radio og musikkstrømmetjenester for å belyse denne oppgavens tematikk. Radio og strømmetjenester representerer ulike måter å formidle musikk på, der radiomediet består av kringkasting av informasjon som i sanntid kan plukkes opp og videreformidles av kompatible enheter. Strømmetjenestene fungerer derimot som personlige programvarebaserte musikkspillere hvor brukeren selv bestemmer hva som skal

lyttes til, i tillegg til tid og sted for musikklyttingen. Hverken radio eller strømmetjenester baserer seg utelukkende på musikk; radiomediet distribuerer i tillegg prat, nyheter og annen informasjon, og flere av de største strømmetjenestene, inkludert Spotify og Tidal, har implementert podkast som en del av sitt tilbud. Det er likevel deres rolle som musikkformidlere jeg vil undersøke nærmere i denne oppgaven.

Jeg vil ta utgangspunkt i Spotify som representant for musikkstrømmetjenester, selv om også konkurrerende strømmetjenester som Tidal og Apple Music tilbyr mye av den samme funksjonaliteten som Spotify. Ifølge undersøkelser gjort av Polaris Nordic er Spotify den mest brukte rene musikkstrømmetjenesten i Norge (Polaris Nordic 2018), og er den strømmetjenesten samtlige av informantene i dette prosjektet benytter seg av. Når det kommer til radiomediet oppga informantene at de i løpet av en typisk dag kunne lytte til flere ulike radiokanaler, hvor NRK P1, NRK P3, NRK P13, Radio Rock og Radio Vinyl var blant de kanalene som ble lyttet hyppigst til. Jeg vil derfor i denne oppgaven inkludere alle radiokanaler som i større eller mindre grad har musikk som en del av sin programmering, og som kringkastes til et norsk publikum.

Det er tidligere blitt gjort en del forskning på flere av temaene jeg vil ta for meg i denne oppgaven. Av forskning på musikklytting vil jeg trekke frem følgende litteratur som belyser musikklytting gjennom ulike sosiologiske og psykologiske perspektiver: Sloboda 1985, 1993; Bull 2000, 2007; Herbert 2011; Dibben 2001; Clarke, Clarke og Peñalba 2011; Herbert, Clarke og Clarke 2019. Det er også blitt skrevet mye om ulike aspekter knyttet til musikk på radio, og jeg vil trekke frem følgende litteratur: Crisell 1994; Pease 1995; Barnard 2000; Hendy 2000; Rossman 2012; Dubber 2013; Baade og Deaville 2016. I nyere tid har det også blitt gjennomført forskning på bruk av musikkstrømmetjenester som har vært med på å danne grunnlaget for denne oppgavens tematikk, og her vil jeg trekke frem følgende litteratur som viktige bidrag: Kristensen 2014; Hagen 2015; Nowak og Whelan 2016; Rodriguex 2017; Johansson, et al. 2018. Til slutt vil jeg trekke frem noen eksempler på forskning som setter live og innspilt musikk opp mot hverandre: Lamont, Geasley og Sloboda 2016; Danielsen og Kjus 2017; Kjus 2018. Jeg har derimot ikke klart å oppdrive litteratur som sammenligner opplevelsen av musikk på radio og strømmetjenester, og denne avhandlingen blir dermed et bidrag som belyser og sammenligner aspekter ved to av de vanligste mediene for musikklytting, og som bidrar til å tette et hull knyttet til forskning som sammenligner opplevelsen av musikk gjennom lineære og ikke-lineære medier.

1.3 Om oppgavens struktur

Denne oppgaven vil i tillegg til introduksjonen inneholde 5 kapitler. I kapittel 2 vil jeg presentere det teoretiske rammeverket som danner grunnlaget for denne oppgaven. Her vil jeg belyse ulike aspekter knyttet til musikklytting med utgangspunkt i et utvalg psykologiske, sosiologiske og fenomenologiske perspektiver for å beskrive hvorfor vi lytter til musikk, i hvilken grad musikklytting er en aktiv eller passiv aktivitet, samt hvordan musikklytting er beslektet med andre musikalske praksiser som komponering og utøving av musikk med utgangspunkt i Christopher Small sitt musicking-begrep.

I kapittel 3 vil jeg gå i dybden på ulike aspekter knyttet til teknologi og grensesnitt ved radio og strømmetjenester for å skape en forståelse av hvordan musikk gjennom disse mediene oppleves og brukes i praksis. Jeg vil også trekke inn hvordan musikk er uløselig knyttet til ulike medier, og hvordan ulike medieringsprosesser kan påvirke hvordan vi forholder oss til ulike medier for musikklytting.

Kapittel 4 vil omhandle de metodiske valgene jeg har tatt i arbeidet med denne oppgaven. Her vil jeg begrunne bakgrunnen for utvalget av informanter i dette prosjektet, i tillegg til at jeg vil beskrive hvordan intervjuene i dette prosjektet ble gjennomført, transkribert og analysert, før jeg avslutningsvis beskriver de etiske retningslinjene jeg har forholdt meg til for å ivare ta informantenes personvern og interesser.

I kapittel 5 vil jeg presentere funn fra det empiriske materialet jeg har samlet inn i forbindelse med dette prosjektet. Funnene vil bli presentert tematisk, slik at funn fra de ulike informantene vil sees i sammenheng med hverandre. I dette kapitlet vil jeg først og fremst fokusere på informantenes hverdagslige forhold til musikklytting.

I kapittel 6 vil jeg nøste opp trådene, og drøfte mine egne funn opp mot oppgavens problemstilling og de teoretiske perspektivene fra kapittel 2 og 3 for å forsøke å besvare hvilken betydning radio og strømmetjenester har for hvordan vi lytter til og opplever musikk, og hva som er forskjellen mellom dem som musikkformidlere.

2 Musikklytting – teoretiske perspektiver

I dette kapittelet vil jeg gå gjennom noen teoretiske perspektiver og begreper som beskriver hva musikklytting innebærer i praksis for å danne en forståelse av hvorfor vi i det hele tatt lytter til musikk, hva vi gjør når vi lytter til musikk og hvordan vi opplever musikken vi lytter til. Dette kapittelet vil ikke være spesifikt knyttet til enkelte medier for musikklytting, men vil ta for seg musikklytting i en videre forstand fra et psykologisk og sosiologisk ståsted. I kapittel 3 vil jeg derimot gå nærmere inn på musikklytting gjennom radio og strømmetjenester for å belyse deres rolle som musikkformidlere i vår samtid i tråd med oppgavens problemstilling.

2.1 Musikklyttingens kompleksitet

Musikk er et vidt begrep som rommer en rekke ulike musikkrelaterte fenomener, og noe av utfordringen med å forsøke å beskrive opplevelsen av musikk er at musikklytting blant annet preges av ulike praktiske og subjektive forhold som påvirker hvordan vi lytter til og opplever musikk. Ifølge Nicola Dibben finnes det empiriske beviser på at folk ikke nødvendigvis lytter til og oppfatter de samme elementene når de lytter til musikk:

In sum, empirical evidence suggest that listeners hear sounds (both musical and everyday) in terms of their sources and cultural specifications rather than exclusively in terms of their acoustic characteristics. Evidence suggests that these categories are automatic and unconscious, that some are easier to hear than others, and that they are learned passively during the continuous process of enculturation (Dibben 2001, 166).

Det er ifølge Dibben ikke bare det rent lydlike som påvirker hvordan vi opplever musikken vi lytter til. Hva vi faktisk lytter etter påvirkes også av lytterens kulturelle utgangspunkt, noe som tyder på at musikk og musikklytting ikke nødvendigvis kan defineres utfra én enkelt definisjon ettersom opplevelsen av musikk påvirkes av subjektet som lytter. I denne sammenhengen vil jeg også trekke frem et perspektiv fra Lamont, Geasley og Sloboda, som antyder at ulik grad av musikalsk skolering kan ha betydning for hvordan vi lytter til musikk: «[...] there may be differences in levels of focused attention due to the listener's own levels of formal musical training» (Lamont, Geasley og Sloboda 2016, 719). Dette sitatet antyder at folk med musikalsk skolering muligens vil kunne ha andre verktøy for å lytte til og fortolke musikk sammenlignet med noen som ikke har denne skoleringen, og vil dermed kunne oppleve musikken på en annen måte.

Et annet perspektiv som belyser hvordan ytre faktorer kan påvirke hvordan vi forholder oss til musikk, finner vi hos den franske sosiologen Pierre Bourdieu som beskriver hvordan ulike kulturelle uttrykk først og fremst påvirkes av individets utdanningsnivå, dernest individets sosiale opphav: «Surveys establish that all cultural practices (museum visits, concert-going, reading etc.), and preferences in literature, painting or music, are closely linked to educational level (measured by qualifications or length of schooling) and secondarily to social origin» (Bourdieu 1984, 1). Dette perspektivet belyser hvordan folks preferanser knyttet til kunst og kultur kan sees i sammenheng med andre aspekter i folks liv, og det belyser hvordan eksterne faktorer kan ha betydning for hvordan vi forholder oss til ulike former for kunst og kultur.

De ovennevnte perspektivene trekker frem ulike subjektive og miljørelaterte faktorer som viktige for hvordan vi opplever musikk og andre kulturelle uttrykk. Det kan derfor være problematisk å forsøke å kategorisere musikklytting utfra simplifiserte termer, ettersom vår opplevelse av musikk preges av ulike eksterne og subjektive faktorer som kan ha betydning for hva vi lytter til, hvordan vi lytter og hvordan vi opplever musikken vi lytter til. Sett i en større sammenheng finnes det likevel enkelte gjentakende mønstre knyttet til hvordan folk lytter til musikk som gjør det mulig å inndele musikklytting i ulike kategorier, noe sjangerinndelinger og målgrupper er eksempler på. Dette bidrar til å problematisere musikklyttingens kompleksitet, og peker på at opplevelsen av musikk preges av ulike individuelle, kulturelle og strukturelle faktorer som kan ha betydning for hva vi lytter etter og hvordan vi lytter til og opplever musikk.

2.2 Hvorfor lytter vi til musikk?

I 2019 lyttet 55 prosent av den norske befolkningen til lydmedier en gjennomsnittsdag, hovedsakelig gjennom nedlastede lydfiler fra internett og strømmede nettfiler (Statistisk sentralbyrå 2020, 47). Lydmedier inkluderer lytting til vinylplater, CD-er, MP3-spillere, nedlastede lydfiler fra internett og strømmede nettfiler, og altså ikke radio, som 48 prosent av befolkningen lyttet til en gjennomsnittsdag i 2019 (Statistisk sentralbyrå 2020, 12). Å lytte til musikk er noe alle er i stand til å gjøre så lenge hørselssansen er intakt, og i motsetning til å utøve eller komponere musikk, krever musikklytting få eller ingen forkunnskaper. For å belyse hvorfor vi i det hele tatt lytter til musikk, vil jeg trekke frem en studie gjennomført av Lonsdale og North fra 2011 som tok for seg folks motivasjon for å lytte til musikk, der det kommer frem at den vanligste årsaken til at prosjektets 189 deltagere lyttet til musikk var for å påvirke humøret og følelsene til den som lytter:

The most prominent theme throughout participants' responses was the use of music as a means to express emotion and manage their mood (95.77% of participants). In most cases, listening to music seemed to be a way for individuals to strategically create and enhance a particular mood or emotion. Participants explained how they listened to music to create, change, shift, and set different moods to suit both their personal needs and social demands (Lonsdale og North 2011, 120).

Selv om motivasjonen for å lytte til musikk styres av ulike subjektive preferanser og behov, antyder studien til Lonsdale og North at musikk ofte kan benyttes som et verktøy for å påvirke folks følelser og humør, og at musikk ofte velges utfra hva lytteren ønsker å oppnå med selve musikklyttingen. Videre skriver de at 75 prosent av deltagerne i studien oppga å ha benyttet musikk som bakgrunnslyd for å overdøve stillhet, noe som antyder at selve musikken i enkelte tilfeller ikke er hovedfokuset til den som lytter, men at musikklyttingen heller brukes til å akkompagnere andre aktiviteter (Lonsdale og North 2011, 120-1). Motivasjonen for å lytte til musikk bør utfra dette sees i et større perspektiv enn kun selve musikken, og vil være noe jeg tar høyde for i denne oppgaven.

2.3 Selvvalgt musikk

Som jeg innledningsvis i denne oppgaven var inne på, fungerer lytting til radio og strømmetjenester grunnleggende ulikt blant annet ved at man som lytter i ulik grad har kontroll over musikken som spilles gjennom disse mediene. Lamont, Geasley og Sloboda skriver at musikk man selv velger å lytte til har et større potensiale for å påvirke lytteren emosjonelt og funksjonelt sammenlignet med musikk man får presentert av andre:

Music is typically chosen for its emotional impact and to fulfil a number of other physical, psychological, emotional, and social needs. Music listening tends to accompany or be accompanied by other nonmusical activities, whether or not the music is the primary focus of attention. Across all this research it is clear that self-chosen music has the potential for greater emotional and functional impact in many different ways than music which is heard through other's choices (Lamont, Geasley og Sloboda 2016, 711).

I denne sammenhengen er det interessant å sammenligne musikklytting gjennom radio og strømmetjenester, ettersom man som radiolytter er nødt til å forholde seg til musikk plukket ut av andre, der man i strømmetjenester i langt større grad har kontroll over det som spilles. Utfra funnene til Lamont, Geasley og Sloboda kan det tenkes at musikklytting gjennom strømmetjenester med større sannsynlighet kan medføre en større emosjonell påvirkning for

lytteren, i hvert fall i de tilfellene man selv har plukket ut musikken man lytter til. Dette forsterkes også ved at strømmetjenestene de senere årene har implementert funksjonalitet som forsøker å gjenkjenne den individuelle brukeren sine musikkpreferanser, noe som øker sannsynligheten for å lytte til musikk man har et forhold til når man lytter til strømmetjenester.

Et annet interessant perspektiv fra Lamont, Geasley og Sloboda omhandler hvordan folk i varierende grad er i stand til å oppsøke og finne frem til musikk som passer til situasjonen og konteksten for musikklyttingen, hvorpå de tegner et bilde av «den engasjerte musikklytteren» som har kunnskapen som skal til for å finne frem til musikk som passer til ulike situasjoner:

[The musically engaged listeners] need not have any performance or technical musical experience but seem able to access more easily the repertoire of mood regulation strategies and adapt their music listening habit accordingly. These listeners seem more able to choose music to fit any given situation and their own physical, psychological, and social needs efficiently and more consciously (Lamont, Geasley og Sloboda 2016, 719-20).

Den engasjerte, eller erfarne, musikklytteren har altså bedre forutsetninger for å finne frem til musikk som passer til konteksten for musikklyttingen, ettersom denne stereotypen av en musikklytter sitter på en ekspertise som gjør vedkommende i stand til å forstå hva slags musikk som passer til ulike situasjoner, noe som gjør denne lytteren i stand til å finne frem til musikk som i større grad kan påvirke sine fysiske, psykologiske og sosiale behov. Dette perspektivet forteller oss at musikklytting som en aktivitet krever en viss kompetanse for å maksimere sitt potensiale. Dette perspektivet belyser også hvordan ulike medier for musikklytting kan brukes på ulike måter avhengig av lytterens kompetanse på tross av at det tekniske rammeverket er mer eller mindre likt for alle brukere.

2.4 Aktiv/passiv lytting

I medievitenskapen har det ifølge Barrie Gunter eksistert en diskurs om hvorvidt folk forholder seg aktivt eller passivt til ulike medier helt siden man i det hele tatt begynte å forske på bruk av massemedier (Gunter 2012, 108). Ifølge Gunter beskrives den passive konsumenten gjerne som en person som ukritisk lar seg rive med av innholdet i ulike medier, og hvor selve innholdet er mindre viktig enn å la seg underholde av mediet i seg selv. Den

aktive mediekonsumenten er derimot en person som aktivt oppsøker spesifikke medier, og som ikke uten videre lar seg påvirke av mediens budskap (Gunter 2012, 110). En slik simplifisering er riktignok ikke et helt uproblematisk verktøy å benytte for å beskrive hvordan folk forholder seg til ulike medier, ettersom vi alle har ulike forutsetninger, behov og individuelle vaner knyttet til konsumering av ulike medier, noe Gunter problematiserer i det følgende:

It is probably nearer the truth to assume that media usage can be both active and passive. Furthermore, it is not a dichotomy of media consumers as much as a distinction between styles of media use that can be exhibited by the same individuals on different occasions and in connection with different media or types of media content (Gunter 2012, 109).

I det ovennevnte sitatet antyder Gunter at det er mulig å konsumere medieinnhold både aktivt og passivt avhengig av konteksten for mediekonsumet. Også selve innholdet er av betydning for hvorvidt innholdet konsumeres aktivt eller passivt. Grunnen til at jeg trekker inn dette er fordi det finnes en tilsvarende diskurs i musikkvitenskapen som omhandler hvorvidt man forholder seg aktivt eller passivt til musikken man lytter til, og ettersom innspilt musikk er avhengig av et formidlende medium for å kunne konsumeres, er disse diskursene nært beslektet. Også i den musikkvitenskapelige diskursen er det flere som mener en slik kategorisering kan være problematisk. Ifølge Clarke, Dibben og Pitts er en slik kategorisering en teoretisk simplifisering, blant annet fordi lyd kan oppfattes på ulike måter som ikke nødvendigvis kan kategoriseres som enten aktivt eller passivt:

This distinction between 'active' or 'focused' listening and 'passive' or 'background' hearing is a theoretical simplification, and auditory experience often shifts between varieties of listening that may not always fit neatly into either of them. The distinction is also captured in the different, and sometimes problematically polarizing, connotations of the two words – 'hearing' and 'listening' – in general English language usage (Clarke, Dibben og Pitts 2010, 65).

Clarke, Dibben og Pitts mener en slik kategorisering av musikklytting som enten aktiv eller passiv ikke er tilstrekkelig fordi opplevelsen av lyd kan variere og ikke alltid passer innunder disse to kategoriene, i tråd med Gunters problematisering av de samme begrepene i en medievitenskapelig kontekst. Musikk kan være komplekse sammensetninger av lyd og tekst som gjør det krevende å fokusere på alt som foregår i lydbildet som videre problematiserer aktiv/passiv-begrepene, og det finnes heller ingen fasit for hvordan man skal lytte til musikk.

Selv om jeg til nå har argumentert for at det kan være problematisk å kategorisere musikklytting med begreper som aktiv og passiv, vil jeg likevel trekke inn et perspektiv fra John Sloboda, professor i musikkpsykologi, som beskriver hvordan musikklytting som aktivitet arter seg passivt sammenlignet med å utøve eller komponere musikk, noe han forklarer i det følgende:

Performances involves making a sequence of sound-producing movements, and composition involves making a score or some other communicable record. In contrast, listening to music is, in many situations, a passive affair. When I go to a symphony concert or listen to a gramophone record there may well be a lot of *mental* activity, but there is not necessarily any observable physical activity (Sloboda 1993, 151).

Å lytte til musikk krever utfra dette perspektivet ikke så mye innsats fra lytteren, samtidig som musikken kan sette i gang en rekke aktiviteter og prosesser i hjernen til lytteren. Musikklytting kan utfra dette tenkes på som en passiv aktivitet fordi man som lytter ikke kan velge hvorvidt man vil lytte eller ei, ettersom det ikke er mulig å skru av hørselssansen. Dette kan være med på å forklare hvorfor musikklytting er så utbredt - fordi det krever lite innsats fra lytteren samtidig som man får mye tilbake i form av blant annet emosjonelle og fysiologiske «utbetalinger» som kan oppleves som behagelige for lytteren. Det er likevel nødvendig å skille mellom hvorvidt man forholder seg aktivt eller passivt til selve mediet for musikklytting sammenlignet med i hvilken grad man lytter aktivt eller passivt til mediets innhold. Ettersom det ikke kreves noen form for innsats for å oppfatte lyd eller musikk, vil man alltid være en passiv mottaker av lyd. Ulike medier krever derimot en form for innsats for å kunne formidle sitt innhold, slik at man dermed kan forholde seg aktivt til mediet man benytter for musikklytting og passivt til musikken man lytter til.

2.5 Musicking

Når jeg nå har forsøkt å belyse hvorfor vi lytter til musikk og hvorfor det kan være problematisk å kategorisere musikklytting etter simplifiserte termer, vil jeg avslutningsvis i dette kapitlet forsøke å definere musikk og musikklytting som begreper i en videre forstand som rommer ulike tilnærminger og ulike medier for musikklytting. Et problem knyttet til å definere musikk som et enkelt begrep, er riktignok at musikk finnes i så mange ulike former og variasjoner, og ulike mennesker, regioner, kulturer og samfunn vil kunne ha ulike oppfatninger om hva musikk egentlig dreier seg om, som jeg problematiserte i kapittel 2.1. I

tillegg er selve opplevelsen av musikk, som jeg allerede har vært inne på, i stor grad subjektiv og formes av hvert enkelt individs bakgrunn og forhold til musikk i det hele tatt. Jeg vil derfor trekke inn et perspektiv fra Christopher Small som behandler musikk som en *aktivitet* fremfor en *ting*, som han presenterer i sin bok *Musicking* fra 1998:

There is no such thing as music. Music is not a thing at all but an activity, something that people do. The apparent thing “music” is a figment, an abstraction of the action, whose reality vanishes as soon as we examine it at all closely. (Small 1998, 2).

Ved å behandle musikk som en aktivitet i stedet for en konkret ting, vil det være enklere å trekke paralleller mellom ulike musikkrelaterte aktiviteter og tilnærminger til musikk, ettersom musikk kan innebære et stort mangfold av ulike aktiviteter. Small introduserer samtidig verbet *to music/musicking*, et verb som har som formål å beskrive alle aktiviteter med tilknytning til musikk: «To music is to take part, in any capacity, in a musical performance, whether by performing, by listening, by rehearsing, or practicing, by providing material for performance (what is called composing), or by dancing (Small 1998, 9)». Musicking-begrepet er altså et vidt, sosiologisk begrep som inkluderer alle tilnærminger og praksiser knyttet til musikk. Musicking-perspektivet hjelper oss med å forstå at musikk handler om mer enn selve musikken man lytter til, noe Small utdyper i det følgende:

The act of musicking establishes in the place where it is happening a set of relationships, and it is in those relationships that the meaning of the act lies. They are to be found not only between those organized sounds which are conventionally thought of as being the stuff of musical meaning but also between the people who are taking part, in whatever capacity, in the performance; and they model, or stand as a metaphor for, ideal relationships as the participants in the performance imagine them to be: relationships between individual and society, between humanity and the natural worlds and even perhaps the supernatural world.

Small beskriver i dette sitatet hvordan musicking-begrepet inkluderer alle de eksterne faktorene som har med musikk og musikklytting å gjøre, og at de dermed også er beslektet med hverandre. Sett i sammenheng med oppgavens tematikk, innebærer også musicking-perspektivet at musikklytting gjennom ulike medier er beslektet med for eksempel det å utøve, komponere eller på andre måter praktisere eller forholde seg til musikk. Jeg har valgt å ta inn Small sitt musicking-perspektiv i dette kapittelet blant annet for å begrunne sammenligningsgrunnlaget i denne oppgaven, hvor jeg har valgt å sette to medier som baserer

seg på ulike distribusjons- og formidlingsmetoder opp mot hverandre. Musicking-perspektivet kan bidra til å forstå sammenhengen mellom musikk og musikkens eksterne faktorer, inkludert ulike medier for musikklytting, og hvordan disse henger uløselig sammen med musikken vi lytter til.

3 Radio og strømmetjenester som musikkmedier

Jeg vil i dette kapittelet gå i dybden på de to mediene jeg har valgt å ta som utgangspunkt i dette prosjektet: radio og strømmetjenester. Her vil jeg vektlegge både teknologi og brukergrensesnitt ved de to mediene, og jeg vil trekke frem både forskjeller og likheter mellom mediene som jeg mener det er hensiktsmessig å være klar over for å kunne forstå hvordan musikk gjennom disse mediene brukes og oppleves forskjellig. De senere års digitalisering har medført endringer for hvordan informasjon og underholdning distribueres og konsumeres gjennom ulike medier. Der ulikt medieinnhold tidligere ble distribuert gjennom fysiske formater, er det meste i dag tilgjengelig via elektroniske enheter koblet til internett. Alt fra aviser, film- og TV-produksjoner, banktjenester, ulike kommunikasjonsplattformer og ikke minst musikken vi lytter er i dag tilgjengelig via den digitale «skyen». Med dette som utgangspunkt, vil jeg i dette kapittelet belyse rollen til radio og musikkstrømmetjenester som musikkformidlere i vår samtid.

3.1 Radio: et sekundært massemedium

De fleste som har erfaring med å lytte til radio har trolig en forståelse av hvordan radiomediet fungerer, og hva som skiller radiomediet som et lineært medium fra lydmedier som baserer seg på on-demand distribusjon av musikk og informasjon. Andrew Dubber hevder likevel at radio som et epistemologisk begrep fortjener nærmere undersøkelse, fordi det refererer til en rekke ulike aspekter og bestanddeler som tilsammen utgjør radiomediet:

Radio consists of shows, stations, schedules, studios, managers, sales reps, presenters, producers and technicians. It includes and connects with political economies, legislation, a broad range of technologies, the physical properties of radiation in the electromagnetic spectrum (and our ability to harness those waveforms), promotional cultures, music industry integration, local and regional as well as national characteristics and manifestations, brands, celebrities, real people's lives (audiences, interviewers and radio workers alike) and – importantly – other media. It is different in different places, at different times, and within different contexts (Dubber 2013, 12-3).

Dubber beskriver radiomediet som et komplekst medium som består av mange ulike instanser som er involvert i ulike prosesser som er nødvendige for å kringkaste innhold til radiolytteren. For en radiolytter er det lyden som kommer ut av selve radioapparatet som er vesentlig, for en musikksejef i en radiokanal er det å være en relevant musikkformidler i forhold til målgruppen

som er viktig, og for en radiovert er god flyt, diksjon og godt innhold noe av det som preger arbeidsdagen. Alle de tre ovennevnte eksemplene innebærer ulike tilnærminger til radiobegrepet. Radio er et lineært medium som kun tillater enveis kommunikasjon fra avsenderen til lytteren, i motsetning til plattformer som baserer seg på kommunikasjon via internett, inkludert strømmetjenester, som tillater interaktiv kommunikasjon mellom brukeren og plattformen. Dette medfører at man som radiolytter er nødt til å forholde seg til de ulike radiokanalenes sendeplaner og spillelister, og hvis man ikke liker det som kringkastes på en radiokanal i lytteøyeblikket er man nødt til å bytte radiokanal for å lytte til noe annet. Dette er ifølge Jody Berland en av grunnene til at radio ofte blir omtalt som et sekundærmedium:

Radio is commonly referred to as a 'secondary medium' in the broadcasting industry. The phrase conveys the industry's pragmatic view that no one cares whether you listen to radio so long as you do not turn it off. Since it has been displaced by television, radio is expected to accommodate itself technologically and discursively to every situation. Are you brushing your teeth, turning the corner, buying or selling jeans or entering inventory into the computer? So much the better. Your broadcaster respects the fact that these important activities must come first. Radio is humble and friendly, it follows you everywhere. In any event, television makes more money.
(Berland 1990, 179)

Berland omtaler radiomediet som et medium som til enhver tid skal være tilgjengelig for lytteren. Hun beskriver radiomediet som et medium som er bevisst på sin egen rolle som formidler av «bakgrunnslyd», og at radiomediets relevans i nyere tid er liten sammenlignet med fjernsynet som tok over tronen som det ledende massemediet i løpet av andre halvdel av 1900-tallet. Dette betyr ikke at ingen lenger lytter til radio, men det referer til at den teknologiske utviklingen på 1900- og 2000-tallet har brakt med seg nye medier som har overtatt radiomediets monopol som lineært massemedium. I Norge lyttet 48 prosent av befolkningen til radio en gjennomsnittsdag i 2019 (Statistisk sentralbyrå 2020, 12), noe som tyder på at mediet fortsatt er en relevant formidler av informasjon, underholdning og kultur, samtidig som bruk av nyere medier, som digitale internett-baserte plattformer, er mer utbredt enn lytting til radio (Statistisk sentralbyrå 2020, 39). At radiomediet refereres til som et sekundærmedium kan dermed forklares med mediets status som et «avdanket» massemedium, i tillegg til mediets lydfokuserte natur som gjør det mulig å lytte til radio samtidig som man gjør andre aktiviteter, som beskrevet i kapittel 2.4.

3.1.1 Musikk på radio

Musikk utgjør en viktig del av innholdet på radio, og blant norske radiolyttere var populærmusikk det som ble lyttet mest til en gjennomsnittsdag i 2019 med en andel på 48 prosent, etterfulgt av nyheter som ble lyttet til av 44 prosent av befolkningen (Statistisk sentralbyrå 2020, 27). Ifølge Jody Berland er musikk grunnen til radiomediets suksess og utbredelse:

Its success is dependent on music, which has functioned as its main commercial instrument and alibi; it is, after all, the ‘spontaneous thrill’ of finally hearing your favourite hot which is said to have resurrected radio from an otherwise inevitable death. And who does not like hearing one’s favourite song momentarily envelope a kitchen or a passing street? (Berland 1990, 179)

Berland hevder i dette sitatet at muligheten for å plutselig kunne høre favorittmusikken sin på radio er årsaken til at radiomediet har overlevd den teknologiske utviklingen. Også i Norge er musikk en viktig del av programmeringen til de fleste radiokanaler, og det finnes flere norske radiokanaler som mer eller mindre kun spiller musikk som tilsammen representerer alt fra folkemusikk, hiphop og club-musikk. Blant de 30 norske riksdekkende radiokanalene er 18 kanaler rene musikkkanaler som tilbyr et mangfold av ulike musikkjangre (se vedlegg 1 for fullstendig oversikt over de norske riksdekkende radiokanalene).¹ Noen av de mest populære radiokanalene er riktignok de kanalene som ikke kun baserer seg på å spille musikk, men som heller har en allsidig programmering med en kombinasjon av prat, musikk og nyheter, som NRK P1, P4 og NRK P3 (Statistisk sentralbyrå 2020, 24).

Ifølge professor i sosiologi, Stephen Barnard, er musikkprofilen til ulike radiokanaler vesentlig for å definere kanalenes uttrykk og et verktøy for å nå ut til sin målgruppe. Musikken rammer inn prat og informasjon på radio, i tillegg til å kunne påvirke stemningen i en radiosending:

Music has formed the core of radio programming almost since the medium’s inception, largely for reasons of tradition and cost. In contemporary radio, music enables the medium’s utilitarian aspects to function smoothly and effectively – framing the talk and information content, setting a mood conducive to continued listening, providing an environment in which advertisements can be heard to most positive effect,

¹ Musikkkanalen NRK Folkemusikk sendes 24 timer i døgnet som nettradio, men går også ut i DAB-nettet om natten i NRK Supers ledige sendetid. (Medienorge 2020).

matching the very pace of domestic life and the working day itself. (Barnard 2000, 124).

Musikk er altså en viktig del av radiomediets programmering, og kan fungere som et verktøy for å forme ulike kanaler sin personlighet, stemningsleie og personlighet, som ifølge Barnard er viktige faktorer i et marked med hard konkurranse (Barnard 2000, 124). Selv for radiokanaler uten musikk, benyttes musikk i vignetter og kjenningsmelodier for kanalen. Lytting til populærmusikk er likevel den vanligste grunnen til å lytte til radio, og det tilgjengelige utvalget av radiokanaler som baserer seg på musikk eksemplifiserer viktigheten av musikk på radio, i tillegg til radiomediets relevans i denne oppgaven.

3.1.2 «Liveness»

Selv om mesteparten av musikken som blir spilt på radio er allerede innspilt musikk som også er tilgjengelig via andre medier, kan innhold som kringkastes på radio nå ut til tusenvis av lyttere på en gang. I Norge er NRK P1 den kanalen som lyttes mest til en gjennomsnittsdag, med en andel på 14 prosent av befolkningen, altså litt over 750000 daglige lyttere (Statistisk sentralbyrå 2020, 24). Det er ikke slik at alle disse lytter på samme tid, men det gir et bilde av hvilke størrelsesforhold vi har med å gjøre i en norsk sammenheng. Lytting til radio er derfor beslektet med for eksempel musikk som fremføres live på konsert. En forskjell er riktignok at man som lytter ikke er fysisk tilstede der hvor musikken spilles, slik at man hverken ser de som står for innholdet eller de andre som lytter. Baade og Deaville skriver at musikklytting på radio har mye til felles med det å være på konsert, og lytting til innspilt musikk på radio befinner seg ifølge Baade og Deaville i et krysningspunkt mellom å være på konsert og lytte til en musikkinnspilling:

Once there was capability for prerecording, prerecorded radio performance offered a scenario between live and recorded performance: musicians/performers gathered at one location and time to create the prerecording of the music to be aired; there might have been multiple takes, so the span of time was constructed by a producer as the edited performance and saved onto the recorded medium; when the recorded performance was broadcast, the audience member heard the edited performance at a personally selected location, but at the time of transmission [...] (Baade og Deaville 2016, 46).

Som radiolytter deler man lytteøyeblikket med alle andre som lytter til den samme kanalen på det samme tidspunktet, slik man deler lytteøyeblikket med resten av publikumet på en

konserter. Det er riktignok ingen fysisk eller visuell kontakt med verken utøverne eller de andre som lytter når man lytter til musikk på radio, og forhåndsinnspilt musikk fjerner live-elementet fra utøvernes side.

Det finnes forskning som antyder at musikk man opplever live har større sannsynlighet for å gi en sterkere musikkopplevelse, blant annet i en studie av 46 britiske psykologistudenter som skulle beskrive sine sterkeste musikkopplevelser. Her oppga 78,3 prosent av deltagerne at en eller annen form for live-opptreden var deres sterkeste musikkopplevelse (Lamont 2011, 235). Jeg forsøker ikke å sidestille musikklytting på radio med å fysisk møte opp på en konsert, men jeg forsøker å belyse at det finnes elementer ved radiomediet som er felles med å oppleve musikk live på konsert, som vil kunne påvirke hvordan musikklytting på radio oppleves sammenlignet med on-demand lydmedier.

3.2 Strømmetjenester: den nye standarden for musikklytting

Da Spotify ble lansert i 2008, ble dette starten på en ny æra for on-demand musikklytting. Fra å tidligere måtte forholde seg til en musikkksamling hvor man selv måtte gå til anskaffelse av musikken man kunne lytte til, enten i form av fysiske lydmedier som vinylplater, kassetter eller CD-er, eller i form av digitale filer på en elektronisk enhet, kunne man nå enkelt få tilgang til et stort bibliotek av innspilt musikk gjennom en programvare til datamaskiner og smarttelefoner med tilgang til internett. I motsetning til internettbaserte musikkbutikker som iTunes hvor man kunne kjøpe musikk i digitale formater, eier man ikke musikken man har tilgang til gjennom en musikkstrømmetjeneste. I stedet får man en lisens til å lovlig lytte til det tilgjengelige utvalget av musikken som strømmetjenesten kan by på. Spotify tilbyr brukerne to måter å få tilgang til musikk gjennom strømmetjenesten på. Enten kan man lytte «gratis» ved at man også må lytte til reklame mellom sangene som spilles, i tillegg til at det vil være en redusert funksjonalitet i selve strømmetjenesten, eller man kan betale en månedlig sum for å få tilgang til strømmetjenestens Premium-abonnement. Dette tillater brukeren å lytte ubegrenset til musikk, i tillegg til å kunne laste ned musikken som midlertidige filer på enheten for å kunne lytte til musikk uten tilgang til internett (Spotify 2020).

I tredje kvartal av 2019 hadde Spotify 271 millioner aktive brukere på verdensbasis (Statista 2020 a), hvorav 124 millioner (45,7 prosent) av dette var betalende brukere (Statista 2020 b), og for å forstå den enorme populariteten strømmetjenesten har fått, er det nødvendig å se på konteksten for hvordan situasjonen for musikklytting var før Spotify ble lansert i 2008. Fra

rundt år 2000 ble piratkopiering av musikk ansett som en stor trussel for den internasjonale musikkindustrien som følge av at det via internett ble mulig å laste ned et stort antall sanger som var lastet opp illegalt helt gratis. Dette brøt selvfølgelig med internasjonale lover om opphavsrett som sikrer opphavspersonen eller rettighetshaveren av et verk av kunstnerisk art enerett til å distribuere og kopiere sitt eget verk. Da Spotify ble lansert i 2008, kunne strømmetjenesten tilby et grensesnitt og en brukervennlighet som kunne minne om programvare for illegal nedlasting av opphavsrett-beskyttet materiale, som Limewire og Kazaa, som begge tillot brukerne å søke etter musikk, for å så enkelt laste ned lydfiler med et enkelt tastetrykk. Forskjellen mellom Spotify og slike illegale tjenester var at Spotify hadde lisens til å distribuere den tilgjengelige musikken, slik at brukerne hadde et på mange måter fullgodt og lovlig alternativ til å laste ned musikk illegalt, og trekkes derfor ofte frem som en bidragsyter for å stoppe piratvirksomhet knyttet til illegal nedlasting av musikk (Eriksson, et al. 2019, 31).

Går vi enda lenger tilbake i tid, ser vi at mobile medier for personlig musikklytting har vært vanlig helt siden Sony lanserte sin Walkman i 1979 - en portabel kassettspiller, som ifølge medieforsker Michael Bull gjorde det mulig å lytte til musikk i en rekke situasjoner hvor det tidligere ikke var vanlig å lytte til sin egen musikk, for eksempel ute i det offentlige rom, ombord på kollektive transportmidler eller på butikken (Bull 2000, 17). Etterhvert kom portable CD-spillere på markedet, og på begynnelsen av 2000-tallet ble vi introdusert for bærbare MP3-spillere som gjorde det mulig å lytte til ulike sammensetninger av musikk fra et bærbart musikkbibliotek bestående av MP3-filer. Denne måten å lytte til musikk på har mange likhetstrekk med moderne strømmetjenester, med unntak av at man var avhengig av å kjøpe eller på annen måte få tak i digitale lydfiler som man kunne overføre til MP3-spilleren fra en datamaskin, og at man var avhengig av et dedikert apparat for å lytte til musikk. Strømmetjenester løser dette ved å være tilgjengelig i form av en programvare til blant annet datamaskiner og smarttelefoner, og tilbyr brukeren tilgang til et enormt musikkbibliotek som en integrert del av tjenesten. Dette medfører at strømmetjenester som Spotify lett lar seg implementere i brukernes hverdag, ettersom plattformen brukes på elektroniske enheter folk allerede benytter i hverdagen.

3.2.1 Strømmetjenester og hverdagslig musikklytting

I sin doktorgradsavhandling fra 2015, skriver Anja Nylund Hagen om bruk av musikkstrømmetjenester fra et fenomenologisk perspektiv. Hagen beskriver blant annet at

måten musikkstrømmetjenester brukes på er individuelt betinget, men at bruken av musikkstrømmetjenester ofte flyter sammen med andre hendelser i brukerens liv. Hagen trekker også frem at ulik praktisering av musikkstrømmetjenester er eksempler på Christopher Small sitt musicking-perspektiv:

The everyday processes of music-streaming services are all fundamentally individual and various, but they still represent examples of musicking that flow into one another, and into other events in users' everyday lives. They take place in fragments of time and are experienced as time in fragments, and they appear to arise naturally, immediately and conveniently, enabled by the flexible and approachable music-streaming technology (Hagen 2015 b, 75).

Musikkstrømmetjenestenes tilgjengelighet er viktig for at de lar seg implementere i brukernes hverdag. Spotify er tilgjengelig i form av en programvare som kan lastes ned via internett og brukes på ulike elektroniske enheter mange bærer med seg store deler av hverdagen, som smarttelefoner og bærbare datamaskiner, noe som innebærer at mange av oss via en eller flere plattformer til enhver tid har tilgang til Spotify.

Andre aspekter Hagen trekker frem i forbindelse med musikklytting via strømmetjenester, er at de blant annet tillater lytteren å opprette og kuratere sine egne personlige spillelister, og gjennom halvstrukturerte forskningsintervjuer sammen med tilgang til avspillingslogger og musikk-dagbøker fra informantene, tegner Hagen et bilde av bruk av spillelister som kan minne om musikkksamling gjennom fysiske formater:

The playlist enables ownership of music even in streaming services because it undermines or narrows the impact of the service's shared features and content in the interests of elevating personal music selection above all else (Hagen 2015 a, 191).

Selv om nødvendigheten for å samle på musikk ikke lenger er like stor gjennom strømmetjenester som det var da musikk hovedsakelig ble distribuert gjennom fysiske formater, skriver Hagen at musikkksamlinger i form av personlige spillelister i strømmetjenester er en viktig del av hverdagslig musikklytting gjennom strømmetjenester, og at spillelistene får mer mening jo mer de aktivt brukes og kurteres: «The more we manipulate and actively maintain our playlists, as well, the more valuable and meaningful they become» (Hagen 2015 a, 192). Dette kan det tyde på at innsatsen man som lytter investerer i musikklyttingsprosessen kan påvirke opplevelsen av musikken man lytter til. Selv

om jeg i kapittel 2.4 problematiserte bruken av begreper som aktiv og passiv for å beskrive musikklytting, tyder Hagen sine funn på at en mer aktiv tilnærming til musikklytting gjennom strømmetjenester kan ha betydning for hvordan musikken lyttes til og oppleves i praksis. Innsatsen man kan investere for musikklyttingen vil variere utfra ulike mediers grunnleggende kvaliteter knyttet til teknologi og grensesnitt, slik at det kan tenkes at mediens handlingsrom for brukeren kan ha betydning for hvordan man lytter til og opplever musikk.

I sin masteroppgave *Spillelisting* (2014) belyser Henrik Sanne Kristensen blant annet hvordan brukere av strømmetjenester ofte kan ha et aktivt forhold til å lete etter og oppsøke musikk gjennom ulike medier:

Mange av informantene er interesserte i å fortelle at deres forhold til musikk er aktivt oppsøkende, og at de liker å holde seg oppdatert på musikk på fritiden. De leser om musikk i aviser og på musikkblogger, følger artister i sosiale medier, går på konserter med ukjente artister, og ber om anbefalinger når de handler musikk i platebutikken (Kristensen 2014, 56).

Også dette perspektivet tyder på at musikklytting gjennom ulike medier kan arte seg aktivt, men det er letingen etter musikk Kristensen beskriver som aktivt, ikke nødvendigvis musikklyttingen i seg selv. Det er likevel liten tvil om at ulike medier tillater brukeren å aktivt oppsøke og sortere musikk i varierende grad, og utfra det jeg har beskrevet i dette kapittelet kan dette ha betydning for hvordan man lytter til og opplever musikken.

3.3 Mediering

Ifølge Ragnhild Brøvig-Hanssen (tidligere Brøvig-Andersen) vil lyd og musikk alltid påvirkes av ulike instanser mellom lyd-kilden og lytteren. Alt fra resonanskassen til en gitar, mikrofonene som tar opp musikk, avspillingsmediets elektroniske komponenter og rommet hvor lyttingen foregår bidrar til å påvirke lyden som lyttes til, og musikk finnes ikke i umediert tilstand i det hele tatt:

Selv når vi på en konsert hører en artist som spiller akustisk gitar, blir musikken kommunisert via ulike medier, som gitarstrengene, resonanskassen, rommet, mikrofonen(e), miksebordet og høyttalerne. Musikk og mediering er med andre ord knyttet uløselig sammen; det finnes ikke musikk i umediert tilstand, og lydmedier er på samme måte avhengige av musikk eller lyd for å utøve sin medieringsfunksjon (Brøvig-Hanssen

2007, 2).

Mediering refererer altså til de elementene og prosessene som befinner seg mellom lyden som produseres og lytteren som oppfatter lyden. Ifølge Brøvig-Hansen kan medieringsprosessen deles inn i fire faser: 1: mediering av lydlig råmateriale, 2: innkapsling og bearbeiding av lyd, 3: medieformat og 4: distribusjonsmedier (Brøvig-Hanssen 2007, 110). For radio og strømmetjenester er det først og fremst de siste to fasene som medieres ulikt når det kommer til formidling av musikk gjennom de to mediene, ettersom de vanligvis formidler musikk i form av lydfiler som allerede er innspilt.

Gjennom radio og strømmetjenester har man i ulik grad mulighet til å påvirke signalgangen til lyden som formidles. Strømmetjenester tillater lytteren selv å velge hva slags avspillingsutstyr man skal benytte, noe som kan ha betydning for hvordan musikken høres ut og oppleves i praksis. Et dedikert radioapparat har som oftest innebygget forsterker og høyttaler, og tillater dermed ikke lytteren å påvirke avspillingsutstyret i nevneverdig grad. Et unntak er hvis man lytter til radio via internett på en elektronisk enhet, hvor man selv kan bestemme hva slags avspillingsutstyr som skal benyttes på lik linje med strømmetjenester. I 2019 var det riktignok bare 12 prosent av befolkningen som lyttet til radio via internett en gjennomsnittsdag sammenlignet med 42 prosent som lyttet til radio via et dedikert radioapparat (Statistisk sentralbyrå 2020, 26). Dette innebærer at de fleste som lytter til radio i liten grad har mulighet til å selv påvirke mediets avspillingsutstyr sammenlignet med lyttere til strømmetjenester.

Strømmetjenester tilbyr også et interaktivt grafisk grensesnitt som man er avhengig av å forholde seg til for å benytte seg av mediet. Det interaktive grensesnittet tillater lytteren å involvere seg mer aktivt i musikklyttingsprosessen, ettersom det er mulig å oppsøke, sortere, kuratere og innhente informasjon om musikken man lytter til. De fleste digitale radioapparater er utstyrt med en liten skjerm som blant annet viser informasjon om hva man lytter til, men denne skjermen er som oftest kun ment å gi informasjon om hva man lytter til, og tillater dermed lite interaksjon med mediet sammenlignet med strømmetjenester. Lytter man til radio via internett har man derimot også et interaktivt grafisk grensesnitt å forholde seg til, men funksjonaliteten er likevel begrenset, og man er fremdeles nødt til å forholde seg til de ulike radiokanalenes sendeplaner og spillelister.

De ulike medieringsprosessene medfører at lytting til radio og strømmetjenester arter seg ulikt som følge av forskjeller knyttet til deres teknologi og grensesnitt. Strømmetjenester tillater blant annet større grad av interaksjon med mediet, noe som kan påvirke hvordan vi benytter oss av mediet for musikklytting, og musikklyttingen kan dermed arte seg mer aktivt sammenlignet med lytting til radio, hvor man blir en mer passiv mottaker av innholdet som kringkastes. De ulike medieringsprosessene kan også påvirke hva slags avspillingsutstyr som benyttes, noe som kan påvirke den akustiske kvaliteten til innholdet som medieres.

4 Metode

I denne oppgaven har jeg som mål å undersøke hvilken betydning mediet har for hvordan vi lytter til og opplever musikk, og for å besvare dette har jeg innhentet empirisk datamateriale fra halvstrukturerte forskningsintervjuer med fire personer i midten av 20-årene. I dette kapitlet vil jeg redegjøre for de metodologiske valgene jeg har tatt i arbeidet med denne oppgaven, samt redegjøre for de etiske retningslinjene jeg har fulgt for å ivareta anonymiteten og personvernet til de involverte i dette prosjektet. For å besvare denne oppgavens problemstilling har jeg valgt av å innhente empirisk datamateriale fra folk som har erfaring med musikklytting gjennom radio og strømmetjenester.

4.1 Det kvalitative forskningsintervjuet

Mine metodiske valg er blant annet basert på Steinar Kvales betraktninger om at man i dagens forskning ikke lenger innhenter kunnskap kun gjennom ytre observasjoner av menneskelige anliggender, men man fokuserer også på den forståelse som oppstår gjennom samtaler med menneskene som skal forstås:

I dagens forskning innhenter man ikke lenger kunnskap bare gjennom ytre observasjon og eksperimentell manipulasjon av menneskelige anliggender, men man fokuserer i stadig større grad på den forståelse som oppstår gjennom samtaler med de menneskene som skal forstås. Intervjupersonene besvarer ikke bare spørsmål som er forberedt av en ekspert, men formulerer også selv sin egen oppfatning av den verden de lever i, gjennom dialog med intervjueren (Kvale 2006, 25).

Gjennom faglige konversjoner med andre mennesker vil man få innblikk i deres livsverden og subjektive betraktninger knyttet til intervjuets tematikk, slik at det er mulig å danne seg et nyansert bilde utfra det som blir sagt av intervjupersonene. Gjennom slike intervjuer blir kunnskap konstruert gjennom utveksling av synspunkter mellom intervjueren og intervjupersonen:

Det kvalitative forskningsintervjuet er produksjonssted for kunnskap. Et intervju er bokstavelig talt et *inter view*, en utveksling av synspunkter mellom to personer som samtaler om et tema av felles interesse. [...] Det er et vekselspill mellom de som vet og det som vites, mellom de som konstruerer kunnskap og kunnskapen som blir konstruert (Kvale 2006, 28).

Kvalitative forskningsintervjuer handler altså om å innhente kunnskap fra folk gjennom faglige, konstruerte samtaler, og gjør det mulig å danne seg et nyansert bilde av hvordan intervjupersonene forholder seg til forskningsprosjektets tematikk. Jeg vil gjennom å behandle oppgavens tematikk innenfor et fenomenologisk rammeverk forsøke å få et innblikk i folks livsverden knyttet til hvordan musikk oppleves gjennom ulike avspillingsmedier. For å få til dette har jeg gjennomført halvstrukturerte kvalitative forskningsintervjuer for å få et innblikk i folks livsverden i et førstepersonsperspektiv. Metodevalget springer ut av en tese om at vår opplevelse av musikk blant annet er formet av vår egen subjektive oppfattelse av verden, i tillegg til våre musikalske preferanser og innarbeidede vaner for musikklytting. Ved å studere denne oppgavens tematikk gjennom folks faktiske opplevelser, vil jeg argumentere for at jeg vil være i stand til å innhente data som ikke bare er nyttige for å forstå hvordan avspillingsmediet er med på å forme vår opplevelse av musikken vi lytter til, men også for å kunne sette ord på hvordan musikk brukes i hverdagslige sammenhenger av de som lytter til musikk gjennom ulike medier.

I en intervjusamtale lærer man om intervjupersonens egne oppfatninger og meninger slik at man kan forstå verden fra intervjupersonenes side, forut for vitenskapelige forklaringer (Kvale 2006, 17). Siden musikalske opplevelser vanskelig kan måles objektivt ettersom de blant annet formes av vår personlighet, vårt forhold til musikk, våre musikalske preferanser, situasjon for musikklyttingen og humøret vi er i for å nevne noen av de faktorene som spiller inn når vi lytter til musikk, anser jeg det som relevant å innhente subjektive oppfatninger knyttet til enkelte personers opplevelse av musikk gjennom ulike medier.

Forskningsintervjuet er basert på en hverdagslig samtale, men er en faglig konversasjon. Gjennom halvstrukturerte livsverden-intervjuer har man som mål å innhente beskrivelser av den intervjuedes livsverden gjennom en samtale som har en viss struktur og hensikt (Kvale 2006, 21). Ved å gjennomføre flere slike forskningsintervjuer med flere personer vil det også bli mulig å se etter mønstre knyttet til hva de ulike informantene forteller, og i denne oppgaven har jeg sett etter mønstre knyttet til informantenes bruk av ulike medier for musikklytting,

Bakgrunnen for mitt metodevalg består av flere faktorer som jeg mener avgrenser de aktuelle metodene jeg kunne benyttet for å få et innblikk i oppgavens tematikk. For å få et innblikk i folks livsverden på individnivå vil jeg gjennom å snakke med folk direkte være i stand til å tilegne meg detaljerte kunnskaper om deres bruk av musikk på et individuelt nivå som

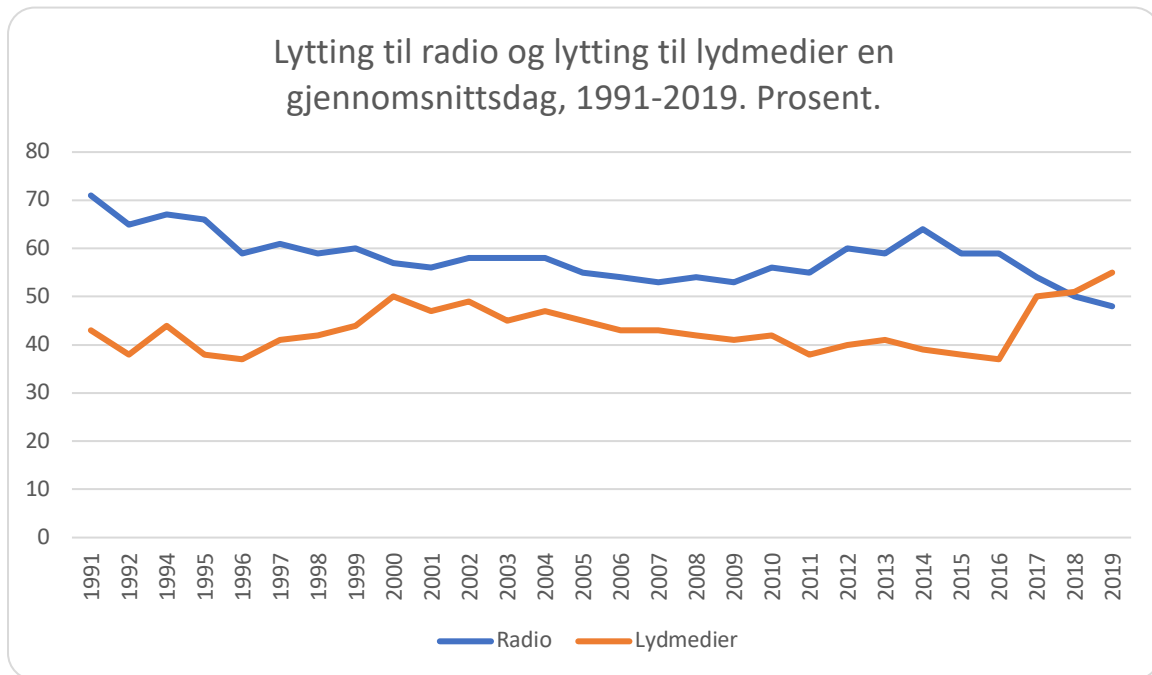
gjenspeiler intervjupersonenes subjektive oppfatning av musikklytting gjennom ulike medier. Deres uttalelser vil ikke være representative for hele befolkningen, men vil likevel gi meg nyttig og relevante perspektiver å jobbe utfra når jeg skal forsøke å besvare oppgavens problemstilling. Ved å gjennomføre kvantitative undersøkelser ville jeg kunne fanget opp hvordan en større del av befolkningen opplever musikk gjennom ulike medier, men jeg ville ikke vært i stand til å fange opp detaljer og nyanser som er viktige for å undersøke selve opplevelsen av musikklytting gjennom ulike medier.

I et større forskningsprosjekt ville det kanskje vært hensiktsmessig å kombinere kvalitative forskningsintervjuer med kvantitative undersøkelser for å belyse tematikken i et større perspektiv, men med tanke på oppgavens begrensede omfang har jeg valgt å gå for en kvalitativ tilnærming for å belyse tematikken for å innhente detaljert informasjon knyttet til bruk og opplevelsen av musikk gjennom ulike medier fra folk som lytter mye til musikk gjennom ulike medier. Det er også gjort annen forskning knyttet til bruk av ulike medier for musikklytting som benytter seg av kvalitative metoder for å samle inn empiriske data knyttet til hverdagslig bruk og opplevelsen av musikk gjennom ulike medier, og jeg har blant annet latt meg inspirere av Anja Nylund Hagen sin doktorgradsavhandling *Using Music Streaming Services: Practices, Experiences and the Lifeworld of Musicking* (2015) og Michael Bull sine to bøker om bruk av personlige musikkmedier i det offentlige rom *Sounding Out the City - Personal Stereos and the Management of Everyday Life* (2000) og *Sound Moves - iPod culture and urban experiences* (2007) for å tilpasse metoden til å best mulig belyse oppgavens tematikk og for å besvare oppgavens problemstilling.

4.2 Digitaliserte lyttere

Personene jeg har intervjuet i forbindelse med dette prosjektet er alle mellom 24 og 26 år, ettersom det er sannsynlig at folk i denne aldersgruppen sannsynligvis kan ha et forhold til bruk av radio og strømmetjenester for musikklytting. For å begrunne denne avgrensingen vil jeg i det følgende vise hvordan den nåværende situasjonen for bruk av radio og lydmedier ser ut basert på statistisk materiale hentet fra Statistisk sentralbyrå sitt mediebarometer fra 2019, som sitter på detaljert data om norske medievaner i perioden fra 1991-2019. For første gang siden Statistisk Sentralbyrå begynte å samle inn data om norske medievaner i 1991, passerte lytting til lydmedier radiolytting i 2018, hvor 51 prosent av befolkningen oppga å lytte til musikk gjennom lydmedier en gjennomsnittsdag, sammenlignet med 50 prosent som oppga å lytte til radio. I 2019 ble dette enda tydeligere, da 55 prosent av befolkningen lyttet til

lydmedier en gjennomsnittsdag, og 48 prosent lyttet til radio (Statistisk sentralbyrå 2020, 12). Hvis denne utviklingen fortsetter vil lytting til lydmedier i årene som kommer trolig ta til seg stadig fler radiolyttere. I figur 4.2 nedenfor vil du se andelen nordmenn som oppgir å lytte til radio og lydmedier en gjennomsnittsdag i perioden 1991-2019. I det store bildet har nordmenns lyttevener holdt seg relativt stabilt i denne perioden, og lytting til radio har vært mer utbredt enn lytting til lydmedier i hele perioden, frem til 2018 hvor lytting til lydmedier som nevnt for første gang overskrider lytting til radio.



Figur 4.2: Andel av den norske befolkningen som lytter til radio og lydmedier en gjennomsnittsdag, 1991-2019. Kilde: SSB Norsk mediebarometer 2019 (Statistisk sentralbyrå 2020, 12)

I vedlegg 2 vil du se mer detaljert statistikk over lytting til radio og lydmedier i perioden 1991-2019, hvor jeg har inkludert statistikk over lytting til radio og lydmedier i prosent og antall minutter fordelt på ulike aldersgrupper i befolkningen. Utfra denne mer detaljerte oversikten over nordmenns lyttevener, kommer det tydelig frem at lytting til radio er minst utbredt blant den yngre delen av befolkningen (9-15 år), og lytting til lydmedier er minst utbredt blant den eldre delen av befolkningen (67-79 år). Aldersgruppene 16-24 år og 25-44 år står derimot for en god del av lytting til radio og lydmedier både i prosent og i antall minutter en gjennomsnittsdag i perioden, men lytting til lydmedier er vanligere i denne delen av befolkningen sammenlignet med lytting til radio. I perioden 2016-2019 skjer det riktignok noe interessant i den yngre delen av befolkningen sine lyttevener hvor andelen av de mellom 16 og 24 år som lytter til radio går fra 48 prosent i 2016 til 29 prosent i 2019 (Statistisk sentralbyrå 2020, 23), og lytting til lydmedier i den samme perioden går fra 68 prosent til 86 prosent i den samme perioden (Statistisk sentralbyrå 2020, 47). Det er vanskelig å si hva som

ligger til grunn for denne markante endringen knyttet til den yngre delen av befolkningen sine lyttevaner, men det kan tenkes at denne oppgaven kan være med på å belyse denne utviklingen.

Med dette har jeg forsøkt å tegne et bilde av den nåværende situasjonen for musikklytting gjennom radio og lydmedier. Det er for tidlig å trekke noen endelig konklusjon for hvordan digitaliseringen har påvirket nordmenns lyttevaner, men hvis vi ser på aldersgruppen 16-24 år, er det i hvert fall tydelig at radiolytting de siste årene har sunket drastisk til fordel for lytting til digitale lydmedier, særlig blant den yngre delen av befolkningen, noe som bidrar til å gjøre det interessant å ta disse mediene nærmere i betraktning. Ettersom radiomediet og strømmetjenester på flere områder skiller seg fra hverandre som musikkformidlere, vil det kunne være flere ting som går tapt hvis radiolytting fortsetter å synke med de kommende generasjonene, deriblant radiomediets live-element og kombinasjonen av prat og musikk som bidrar til en variert lytteplattform. På den annen side har flere av strømmetjenestene, deriblant Spotify og Tidal, også begynt å tilby strømming av podkast, slik at det vil være mulig å oppnå en lignende kombinasjon av musikk og prat gjennom strømmetjenester.

4.3 Utvalg

Kvalitative studier er ofte studier av avgrensede enkeltmiljøer der målet er å gi en helhetlig beskrivelse av prosesser og særtrekk ved nettopp dette miljøet (Repstad 1993, 16). For å samle inn empirisk data til dette prosjektet, valgte jeg å gjennomføre forskningsbaserte dybdeintervjuer med 4 personer i alderen 24-26 år, fordelt på 2 kvinner og 2 menn rekruttert fra mitt eget nettverk. Personene måtte nylig ha gjennomført, eller holde på å gjennomføre høyere utdanning for å forsikre meg om at deres livssituasjon var på noenlunde samme stadium. For å belyse oppgavens tematikk på en god og utfyllende måte, var det også et krav om at intervjupersonene måtte lytte regelmessig til musikk gjennom ulike medier, fortrinnsvis gjennom radio og strømmetjenester. Utover dette var det ingen begrensninger knyttet til hvem som var aktuelle kandidater, men utvalget var, basert på det ovennevnte, nokså innsnevret.

Intervjupersonene vil kunne belyse subjektive og personlige erfaringer med lytting til musikk gjennom ulike medier, og komme med nyanserte betraktninger som vil være til nytte for å besvare oppgavens problemstillinger. De vil kunne gi et detaljert innblikk i deres private livsverden som musikklyttere som er vanskelig å fange opp gjennom kvantitative undersøkelser. Derfor vil jeg argumentere for at både metoden og utvalget som er benyttet i

dette forskningsprosjektet er gode for å belyse oppgavens tematikk og for å besvare oppgavens problemstilling. I et større forskningsprosjekt ville det antageligvis vært aktuelt å rekruttere flere intervjupersoner som representerer et større mangfold knyttet til alder og demografi, men med utgangspunkt i Repstads syn på kvalitative intervjuer som spesielt egnet for studier av avgrensede enkeltmiljøer (Repstad 1993, 16), vil jeg argumentere for at det er relevant å avgrense oppgaven til at intervjupersonene tilhører omtrent samme alderssegment. Den valgte aldersgruppen har også på nært hold vært vitne til digitaliseringen samfunnet har vært igjennom de siste 20-30 årene, og vil på bakgrunn av dette trolig sitte på interessante perspektiver basert på innarbeidede musikkvaner knyttet til ulike medier

4.4 Gjennomføring og spørsmål

Intervjuene ble gjennomført individuelt innenfor et tidsspenn på 2 uker høsten 2019 med utgangspunkt i en intervjuguide som var den samme for alle intervjupersonene (se vedlegg 2 for oversikt over spørsmålene jeg benyttet). Spørsmålene var knyttet til bruk av musikkmedier og opplevelsen av musikk gjennom ulike medier med utgangspunkt i radio og strømmetjenester, og jeg forsøkte å danne et helhetlig bilde av hvordan intervjupersonene forholder seg til ulike medier for musikklytting. Spørsmålene i intervjuguiden var delt inn i 3 overordnede kategorier hvor del 1 tok for seg informantenes bakgrunn og forhold til musikk, del 2 tok for seg bruk av musikkmedier og del 3 tok for seg opplevelsen av musikk.

Tilsammen forsøkte jeg i det hele tatt å designe en intervjuguide som på best mulig måte skulle gjøre meg i stand til å besvare oppgavens problemstilling: *Hvilken betydning har radio og strømmetjenester for hvordan vi lytter til musikk, og hva er forskjellen mellom dem som musikkformidlere?* Her følger tre eksempler på spørsmål fra intervjuguiden fra de ulike kategoriene: 1) Hva er viktig for deg når du hører på musikk? 2) Hva har mediet å si for hvordan du lytter til musikk? 3) Hvordan opplever du en sang som spilles på radio sammenlignet med hvis den spilles i en strømmetjeneste?

Det første intervjuet var tenkt som et pilotintervju slik at jeg hadde muligheten til å tilpasse og justere spørsmålene til de etterfølgende intervjuene. Etter å ha gjennomført det første intervjuet så jeg derimot ingen grunn til å justere intervjuguiden, slik at alle intervjuene ble gjennomført med utgangspunkt i den samme intervjuguiden. Det betyr ikke at alle intervjuene ble helt like, for jeg stilte ulike oppfølgingsspørsmål underveis slik at intervjuene til tider fulgte en annen rekkefølge og kunne ta en annen vei enn det som var tenkt utfra intervjuguiden. Dette anser jeg som nødvendig for å oppnå en god flyt i intervjusituasjonen,

og for å maksimere potensialet for å innhente detaljerte og relevante betraktninger fra intervjupersonene. I et statisk intervju hvor intervjuguiden hadde blitt fulgt til punkt og prikke ville det vært utfordrende å få intervjupersonene til å dele subjektive og personlige erfaringer knyttet til deres hverdagslige musikklytting og opplevelse av musikk gjennom ulike medier ettersom hver enkelt av oss stiller med ulike erfaringer og brukermønstre når det kommer til musikklytting.

4.5 Transkripsjon og analyse

Da intervjuene var gjennomført ble de transkribert til tekst, og funn ble trukket ut fra de transkriberte intervjuene for å danne grunnlaget for analysen i denne oppgaven. Der det var relevant for intervjuet inkluderte jeg pauser, lyder og tonefall, og siden jeg fortsatt hadde intervjuene friskt i minne husket jeg fremdeles hvordan selve stemningen under intervjuene var, noe som gjorde det enklere å trekke ut essensen av det som ble sagt i intervjuene. Det er riktignok ikke helt uproblematisk å oversette muntlig språk til skriftlig tekst, noe Steinar Kvale utdyper i det følgende:

Transkripsjon innebærer oversetting fra et muntlig språk, som har sine egne regler, til et skriftlig språk med helt andre regler. Transkripsjoner er ikke kopier eller gjengivelser av en egentlig realitet, de er abstraksjoner, slik som topografiske kart er abstraksjoner av det opprinnelige landskapet de er hentet fra. [...] Ut fra dette blir spørsmålet «Hva er en korrekt transkripsjon?» umulig å besvare – det finnes ingen sann, objektiv oversettelse fra muntlig til skriftlig form (Kvale 2006, 104-5).

Ut fra dette synet vil ikke transkripsjonen bli en tro kopi av opptaket som transkriberes. Samtidig vil heller ikke opptaket som er gjenstand for transkripsjon være en tro kopi av selve intervjuet som ble gjennomført. På veien vil man altså miste noe selv om transkripsjonene gjør det mulig å sortere funn for å få oversikt over det innsamlede datamaterialet. Det viktigste er å trekke ut essensen i det som ble sagt i intervjuene, og ut fra oppgavens omfang og antall intervjuer har jeg hele tiden hatt god oversikt over det innsamlede datamaterialet. Det innsamlede datamaterialet endte på tilsammen 76 A4-sider. I kapittel 5 vil disse funnene presenteres tematisk, og i kapittel 6 vil jeg diskutere disse funnene opp mot det teoretiske grunnlaget for oppgaven.

4.6 Etiske retningslinjer og personvern

Å ivareta informantenes interesser er viktig når man samler inn data til en studie ettersom datainnsamlingen til tider kan by på etiske utfordringer. Det er derfor hele tiden viktig å tenke på informantenes konfidensialitet, samtykke og integritet (Pedersen 2013, 33). Informantene i dette forskningsprosjektet var på forhånd informert om hva prosjektet gikk ut på og hva deres rolle i forhold til prosjektet var. De ble også informert om hvilke rettigheter de hadde knyttet til innsyn i hvilke personopplysninger som ble registrert om dem, deres rett til å få slettet disse personopplysningene, deres rett til å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av personopplysninger samt deres rett til når som helst å kunne trekke seg fra prosjektet. Informantene ble informert om at jeg ikke var ute etter å innhente personopplysninger av privat eller skadelig karakter og de ble oppfordret til å snakke fritt rundt intervjuets tematikk og besvare spørsmålene så utfyllende de selv ønsket. Før intervjuene ble gjennomført hadde prosjektet og intervjuguiden blitt godkjent av Norsk senter for forskningsdata (NSD), og i tråd med NSD sine retningslinjer for personvern er informantene anonymisert ved at de i oppgaven er tildelt falske navn i tillegg til at informasjon som gjør det mulig å spore opp informantene er utelatt. Selv om det man forsker på ikke nødvendigvis belager seg på personsensitive opplysninger som kan være skadelig eller svertende for informantene å få på trykk, er det uansett viktig å ivareta informantenes interesser slik at det er mulig å bidra i forskningsprosjekter og være trygg på at alle personopplysninger oppbevares og anvendes på en hensiktsmessig, forsvarlig og trygg måte i tråd med norske og internasjonale retningslinjer.

5 Analyse og funn

Jeg vil i dette kapittelet presentere funn fra de fire forskningsintervjuene jeg har gjennomført i forbindelse med dette prosjektet. Funnene vil bli presentert tematisk slik at funn fra ett intervju vil sees i sammenheng med de andre intervjuene. Der det er relevant vil jeg bruke direkte sitater fra de transkriberte intervjuene for å belyse den aktuelle tematikken.

Innledningsvis vil jeg gi et innblikk i intervjupersonenes hverdagslige lyttevaner før jeg beskriver ulike aspekter ved informantenes forhold til musikklytting via Spotify og Radio. Til slutt vil jeg kort vise hvilke andre medier informantene benytter for musikklytting for i større grad å kunne belyse oppgavens overordnede tematikk som dreier seg om mediets betydning for hvordan vi lytter til og opplever musikk.

5.1 Informantenes lyttevaner

Jeg vil i det følgende presentere informantenes hverdagslige lyttevaner. Dette er et naturlig sted å begynne fordi det vil gi et overblikk over informantenes forhold til musikk, deres lyttevaner og deres forhold til ulike medier for musikklytting, noe som legger et nødvendig grunnlag for å kunne forstå hvordan informantene lytter til og opplever musikk gjennom ulike medier med utgangspunkt i deres bakgrunn som musikklyttere. Som nevnt i kapittel 4.3 var det en forutsetning at de utplukkede informantene måtte ha et aktivt forhold til musikklytting gjennom både radio og strømmetjenester, og gjennom intervjuene ble det tydelig at musikklytting gjennom disse mediene følger informantenes hverdag fra de står opp om morgenen til de legger seg om kvelden. Informantenes forhold til musikklytting er i stor grad knyttet opp mot deres hverdagslige vaner og timeplaner, og musikklyttingen følger ofte gjentakende mønstre i hverdagen deres. For eksempel lytter samtlige av intervjupersonene nesten alltid til musikk på Spotify i forbindelse med reise og transport, og flere av intervjupersonene lytter ofte eller alltid til radio til faste tider i løpet av døgnet, for eksempel om morgenen, når de lager middagsmat, eller på kvelden før de skal sove.

En av informantene, Anne (25), forteller at hun som regel hører på musikk på Spotify et sted mellom 3 og 6 timer daglig, og denne lyttingen er gjerne fordelt på 3-4 separate økter. I tillegg lytter hun omtrent 1 time til radio hver morgen. Musikklytting på Spotify kan foregå når hun er ute og går eller når hun reiser kollektivt. I tillegg hører hun på musikk mens hun studerer, når hun gjør husarbeid hjemme om ettermiddagen og av og til før hun skal sove. Anne fyller nesten alltid stillhet og tomrom med en eller annen form for lyd eller musikk, i

tråd med funnene til Lonsdale og North fra kapittel 2.2 som trekker frem dette som en vanlig årsak til at folk lytter til musikk (Lonsdale og North 2011, 120). Det viktigste for Anne når hun lytter til musikk er at hun liker det som spilles, og at lyttingen gir henne en god følelse:

Altså for min del, så gjør musikk at alt blir bedre. Hvis jeg er i et spesifikt humør, så vil musikk alltid forsterke det humøret. Hvis jeg er trist kan jeg høre på trist musikk, også vil jeg bare få skikkelig utløp for de triste følelsene. Og hvis jeg er glad, kan jeg høre på musikk jeg liker og bare bli enda mer glad. Så det er en veldig viktig del av min hverdag. Jeg kan lytte til musikk for å ha en god opplevelse, men det kan også bare være for å ha selskap, i form av bakgrunnslyd. Også får jeg en god følelse inni meg. Jeg blir glad av god musikk.

Anne hører som regel på 1970-talls pop og rock, jazz og tidløs populærmusikk. Når hun lytter til radio, lytter hun som regel til NRK P3, NRK P13, Radio Vinyl, NRK Jazz eller NRK Klassisk, og hun liker særlig godt å lytte til musikkfokuserede programmer som inkluderer lengre bolker med informasjon og kontekst rundt sangene som spilles. Hun er derimot mindre interessert i programmer som fyller sendetid med tomprat mellom musikken som spilles. Anne setter altså pris på radiomediets kombinasjon av musikk og prat, men foretrekker når praten er av faglig karakter.

Joachim (25) forteller at han lytter til musikk daglig, og omtrent hver gang han går ut døra hjemme setter han på seg hodetelefonene for enten å høre på musikk gjennom Spotify eller for å lytte til podkast via smarttelefonen. Når han er på jobb lytter han til radio i bakgrunnen fra vekten begynner til den er ferdig, og når han kommer hjem igjen kan han lytte til musikk via Spotify på anlegget sitt. Av og til lytter han også til radio hjemme, men det skjer ikke så veldig ofte, og da er det via nettradio på smarttelefonen. Denne lyttingen foregår i så fall på formiddagen, ettersom han synes det kringkastes flere gode programmer på denne tiden av døgnet. Når Joachim lytter til musikk, hører han som regel på rock og punk, og velger derfor ofte å høre på NRK P13 og Radio Vinyl som til en viss grad representerer hans musikksmak, samtidig som han synes at veldig lite av den musikken han er interessert i blir spilt på radio. Joachim lytter til musikk først og fremst for å unngå å kjede seg:

Musikk distraherer meg så jeg unngår å kjede meg. Å lytte til musikk når man drar til og fra steder, når man er ute i byen og sånn – det er bare mye bedre. Selv om jeg noen ganger føler at det er litt trist å bare gå helt sperret inne i en liten headset-boble rundt i byen. Men jeg vet ikke. Jeg føler at det er viktig å høre på musikk. Man kan kjenne seg igjen og identifisere seg med ting.

Når Joachim lytter til musikk på Spotify, spiller han som regel av et helt album, og det er sjelden han lytter til spillelister eller musikk som anbefales i strømmetjenesten. Joachim er tro mot albumformatet, og i tråd med dette lytter han av og til også til musikk på vinyl. Når Joachim lytter til vinyl føler han at han lytter mer aktivt til musikk sammenlignet med hvis musikken bare spilles i bakgrunnen, ettersom han setter seg ned for å lytte som en primæraktivitet. Innsatsen han må investere når han lytter til musikk på vinyl, opplever han at rettferdiggjøres ved at musikklyttingen får en høyere verdi. Denne opplevelsen av at musikklyttingen får høyere verdi ved å lyttes til gjennom et medium som krever høyere grad av innsats og som er avhengig av en fysisk, personlig musikksamling, kan både sees i sammenheng med funnene til Lamont, Geasley og Sloboda som beskriver hvordan selvvalgt musikk potensielt kan gi en større emosjonell påvirkning for lytteren (Lamont, Geasley og Sloboda 2016, 711) og funnene til Hagen som beskriver hvordan aktiv bruk og kuratering av spillelister kan gjøre dem mer verdifulle for lytteren (Hagen 2015 a, 192).

Marie (23) lytter også til musikk daglig. Hun lytter til musikk når hun er hjemme, når hun trener, i lag med venner, når hun lager mat og når hun er ute og reiser med kollektivtransport. Marie forteller at hun liker å fylle tiden med musikk fordi hun føler at hun blir underholdt, og at musikken har en stimulerende effekt, i tillegg til at hun føler at dagen får en liten «boost» hvis hun fyller den med musikklytting. Hun trekker også frem følelsen av å isolere seg fra omverdenen når man lytter til musikk som noe hun setter pris på. Marie liker å lytte til britisk indie-rock, og hun lytter også en del til norsk kontemporær popmusikk. I tillegg til å lytte til musikk på Spotify, lytter hun også til radio hver morgen og kveld, og når hun gjør husarbeid i kollektivet hun bor i. I kollektivet har de to radioer, hvorav en befinner seg på kjøkkenet, og den andre på badet. Når man skrur på lysbryteren på badet skrur radioen seg også på, slik at hun ikke slipper unna å lytte til radio på badet med mindre hun velger å skru av radioapparatet.

Marie sin foretrukne radiokanal er Radio Vinyl, men hun hører også av og til på NRK P3. Musikk er viktig for Marie når hun lytter til radio, men også i livet generelt, og hun opplever at musikk gir henne tilskudd i hverdagen:

Musikk gir meg tilskudd i hverdagen, tror jeg. For meg er musikk en underholdningskilde, en tankevekker, et stimuli i en eller annen form, som kan styrke eller svekke en følelse. En slags følgesvenn. Og en samhörighet.

Aksel (24) forteller at han lytter til musikk flere timer hver dag. Han anslår at 85 prosent av lyttingen er via strømmetjenester, og resten er via radio. Når han lytter til musikk via strømmetjenester, lytter han som regel med hodetelefoner, men på radio lytter han som regel gjennom et dedikert radioapparat. Dette påvirker lytteopplevelsen, og det er enklere å fokusere på det som blir spilt når man lytter med hodetelefoner enn når man lytter gjennom radioapparatets høyttaler. De gangene han lytter til internettradio på smarttelefonen med hodetelefoner, får han en helt annen opplevelse av innholdet og musikken sammenlignet med når han lytter via et dedikert radioapparat. Aksel liker å lytte til musikk fordi det blant annet gir han muligheten til å bearbeide sine egne følelser:

Det kan gi meg sinnsro, det kan gi meg glede. Ved å høre på musikk kan jeg bearbeide følelser hvis jeg føler meg trist eller lei meg. Da kan jeg sette på musikk som gjenspeiler de følelsene, også kan jeg eventuelt gråte en tåre og tenke at jeg og låtskriver deler mange av de samme tankene, og føle på en relasjon oss imellom.

Aksel foretrekker å lytte til norsk hiphop. Når han lytter til radio, lytter han som regel til NRK P1, P4, P5, NRJ eller NRK mP3, avhengig av hva slags innhold han ønsker å lytte til. Han opplever ikke at det finnes én spesifikk norsk radiokanal hvor han selv er i målgruppen, men at summen av de ulike kanalene tilbyr et mangfold av musikk som gjør at han får tilfredsstilt sine musikalske behov via radiomediet. Han må likevel supplere musikklyttingen med Spotify for å lytte til musikk som havner under radaren til de riksdekkende radiokanalene fordi det er for smalt, noe han mener ofte er tilfellet for norsk hiphop.

Det er flere aspekter ved informantenes hverdagslige lyttevaner som de har til felles. Først og fremst lytter samtlige av informantene til musikk via radio og strømmetjenester daglig, ofte som et supplement til andre aktiviteter, og ofte for å påvirke humøret eller følelsene sine. Dette er i tråd med funnene til Lamont, Geasley og Sloboda (2016, 711) og Lonsdale og North (2011, 120), som beskriver hvordan musikk ofte lyttes til for å påvirke ulike fysiske, psykologiske, emosjonelle og sosiale behov, i tillegg til å akkompagnere andre ikke-musikalske aktiviteter. Informantene lytter ofte til musikk på Spotify når de skal lytte til spesifikke sanger, artister eller spillelister og nesten alltid når de beveger seg utendørs for å fylle tiden med noe interessant. Radiolytting foregår derimot ofte til faste tider i løpet av døgnet, som for eksempel om morgenen, på jobb eller i forbindelse med husarbeid, på tross av

at ingen av informantene opplever at det finnes én spesifikk radiokanal hvor de selv er midt i målgruppen.

5.2 Opplevelsen av musikk gjennom strømmetjenester

For flere av informantene i dette prosjektet påvirkes lytteopplevelsen på Spotify sammenlignet med radio av lydutstyret som benyttes for musikklyttingen. Aksel lytter som regel til musikk på Spotify gjennom hodetelefoner, noe som bidrar til å gjøre det enklere å fokusere på musikken som spilles sammenlignet med når han lytter til radio:

Som regel når jeg lytter til strømmetjenester så får jeg musikken rett inn i ørekanalen med hodetelefoner. Men på radio lytter jeg som oftest via radioapparatet. Radioen står ofte på i bakgrunnen, og noen ganger følger jeg ekstra godt med, andre ganger forsvinner det fordi jeg konsentrerer meg om noe annet. Så det har mye å si hvilke høyttalere jeg velger å bruke. Jeg merker også at hvis jeg lytter til radio via mobilen med hodetelefoner, får jeg en helt annen opplevelse av musikken og innholdet det bringer.

For Aksel påvirkes lytteopplevelsen når han lytter til musikk på Spotify med hodetelefoner av at innholdet kommer nærmere ørene hans, slik at det er enklere å følge med på det som spilles. Dermed får Aksel ofte en annen opplevelse av lytting til strømmetjenester sammenlignet med lytting til radio som følge av mediens tekniske ulikheter og ulike medieringsprosesser i slutfasen av medieringen i tråd med medieringsperspektivet til Brøvig-Hanssen fra kapittel 3.3. Selv om det er mulig å lytte til radio via internett og oppnå det samme, benytter Aksel seg sjeldent av denne muligheten.

Også Marie lytter som regel til musikk på Spotify med bedre lydutstyr enn når hun lytter til radio. Når hun lytter til musikk via Spotify hjemme, benytter hun en høyttaler som låter bedre enn den innebygde høyttaleren i radioapparatet hun bruker, og dette gjør at hun får en bedre lytteopplevelse ettersom musikken får bedre kvalitet gjennom den eksterne høyttaleren:

Det må jo også sies at jeg har jo bedre lyd hvis jeg spiller en låt på min egen høyttaler enn fra radioen, fordi høyttaleren min er bedre enn radioen. Så jeg må jo gå tilbake å si at lyden blir jo bedre om jeg setter den på selv, men opplevelsen blir annerledes.

De ovennevnte sitatene er eksempler på hvordan eksterne faktorer knyttet til mediens tekniske kvaliteter har betydning for hvordan vi opplever musikken vi lytter til, og bidrar til å belyse hvilken betydning avspillingsutstyret har for hvordan vi opplever musikk.

5.3 Opplevelsen av musikk på radio

Som jeg har vært inne på flere ganger tidligere, fungerer radio og strømmetjenester grunnleggende ulikt ved at man på radio er nødt til å forholde seg til musikk plukket ut av andre, mens man i strømmetjenester selv kan bestemme hva man ønsker å lytte til.

Anne opplever ikke at det finnes en radiokanal som treffer henne helt, men hun synes norske radiokanaler er flinke til å spille ny musikk, og særlig nye norske artister. Anne liker å høre på tidløs pop og rock, som er sjangre som er godt representert gjennom ulike radiokanaler som NRK P13, Radio Norge, Radio Vinyl, Radio Rock og P6 Rock. Dermed føler hun til en viss grad at musikksmaken hennes er representert blant de norske radiokanalene. Det som kanskje påvirker Anne sin opplevelse av musikk på radio aller mest, er programverter som omtaler musikken før det spilles på radio, som er med på å forme opplevelsen av musikken, noe hun utdyper på følgende måte:

Det gjør jo kanskje at man hører den artisten på en annen måte da. Jeg har jo for eksempel aldri hørt noe særlig på Elton John tidligere, men så lærte jeg mye om livet hans på radio, og så digget jeg han plutselig mye mer. Så det kan ha ganske mye å si for måten man hører en artist på.

Det ovennevnte er et resultat av et av de største skillene mellom radio og strømmetjenester. De fleste radiokanaler består av en kombinasjon av direktesendt musikk og prat, noe som tillater programvertene å kommentere musikken som spilles. I dedikerte musikkprogrammer vil denne kommenteringen ofte være omfattende og en viktig ramme for musikken som spilles, mens i «vanlige» pratebaserte programmer er det vanlig at programverten kjapt introduserer og kommenterer musikken som spilles slik at lytteren kan oppsøke musikken selv i ettertid. For Anne er variasjonen mellom prat og musikk viktig for at hun velger å lytte til radio, og hun beskriver sin «drømmeradiokanal» på følgende vis:

Mye prating, lengre bolker med prat uten at de alltid må avbryte med musikk. Også kan man heller ha mer musikkfokuserede programmer. Ikke reklame selvfølgelig. Også ville det vært en god blanding av ny og gammel musikk med kvalitet da, på en måte. Det kunne vært alt fra jazz til soul og funk, men også sånn 70-talls rock. Ja. Kanskje noe klassisk innimellom og. Men forskjellige type tematiserte programmer da, at de ikke bare forholdt seg til en spilleliste hele tiden. Det ville vært min ideelle kanal.

Kanalen Anne tegner opp er selvsagt formet av hennes egne, subjektive preferanser og hvordan hun selv skulle ønske formatet til norske radiokanaler var. En radiokanal skal derimot nå ut til så mange som mulig, slik at ens subjektive preferanser må vike for en bredere målgruppe når det kommer til radiokanalenes programmering. Norske radiokanaler bærer ofte preg av å satse tungt på kommersiell musikk for å trekke mange lyttere, og kanalen Anne etterlyser kan ansees som en slags motpol til dette.

Marie synes at når radioverten kommer med informasjon knyttet til det som spilles av musikk, blir hun mer bevisst over det som spilles, og hun kan sette stor pris på enkle «fun facts» knyttet til en låt som spilles på radio. Hun føler da at radioverten inviterer lytteren til å lytte til musikken sammen. På denne måten mener hun også at låtene fordelaktig blir stykket opp, slik at hver enkelt låt blir stående for seg selv sammenlignet med hvis de bare har en myk overgang til hverandre, som i en spilleliste i Spotify:

Jeg tror at man blir mer bevisst over hva man hører på når musikeren bak artisten fremmes, og ofte får man litt ekstra informasjon som man ikke nødvendigvis visste. Så blir man en mer observant lytter, sammenlignet med hvis det bare var en spilleliste som gikk. [...] På radio får du den lille underteksten, eller en liten «fun fact», på en måte. Og det kan jeg sette veldig stor pris på.

At musikken introduseres og kommenteres gjør at Marie er mer oppmerksom på musikken som spilles, og bidrar til å bygge opp en forventning knyttet til musikken som spilles. Denne betraktningen kan tyde på at radiomediets evne til å la noen andre kuratere og kommentere musikken du lytter til kan påvirke lytteopplevelsen ettersom programverten har vekket en nysgjerrighet hos lytteren knyttet til musikken som spilles, og er et eksempel på at radiomediets kombinasjon av prat og musikk kan være fordelaktig med tanke på opplevelsen man sitter igjen med av musikken som spilles på radio.

Heller ikke Aksel opplever at det finnes en norsk radiokanal som treffer han godt. Likevel synes han summen av de ulike kanalene tilsammen byr på et mangfold av musikk han kan leve med, så lenge han er innstilt på å investere innsats i å bytte mellom kanalene han lytter til:

Hvis du er villig til å gå litt på zappe-jakt, så vil jeg for det meste være tilfredsstilt ved at jeg får høre litt norsk musikk på P1 og P3, også får man

høre gamle slagere på de kommersielle kanalene. I tillegg må jeg supplere med strømmetjenester for å få musikk som aldri kommer til å bli spilt på radio fordi det er for nisjete.

Aksel hører stort sett på norsk hiphop, som i radiosammenheng kan ansees som en relativt nisje-preget musikk sjanger utfra det tilgjengelige utvalget av riksdekkende radiokanaler i Norge, hvor kun én musikk kanal per mars 2020 baserer seg på denne sjangeren (Se vedlegg 1). Derfor opplever han at radiomediet i seg selv ikke er tilstrekkelig for å dekke hans musikkpreferanser, og han er nødt til å benytte seg av Spotify for å lytte til musikk han faktisk liker.

5.4 Felleskap

Et viktig aspekt som skiller lytting til radio fra lytting til strømmetjenester, er at man som radiolytter, enten bevisst eller ubevisst, tar del i et felleskap mellom seg selv, radioverten og alle de andre som lytter til den samme kanalen i lytteøyeblikket, og som jeg beskrev i kapittel 3.1.2 gjør dette at musikk som spilles på radio befinner seg i et krysningspunkt mellom konsert og lytting til musikk gjennom lydmedier. Joachim beskriver hvordan han opplever å bli glad når han får høre musikk han liker på radio, blant annet fordi det medfører at andre lyttere får hørt musikken han selv liker:

Det føles litt som om man er der det skjer da, og når noe skjer, i hvertfall. Når det spilles et band jeg liker godt på radioen for eksempel, så blir jeg.. Jeg blir glad, liksom! Føler at «Yes, nå er det flere som får høre på den musikken jeg liker».

Joachim beskriver at han føler på en stolthet over at andre får høre musikken han liker hvis det spilles noe han liker på radio. Aksel derimot tenker ikke så mye over at han deler lytteopplevelsen med andre lyttere, men han kan føle på en slags nærhet til programlederen, og føle at han deler musikkopplevelsen med personen i studio, noe han utdyper i det følgende:

Hvis det spilles av musikk, også starter stikket etterpå med at radioprogramlederen sier at «nå har jeg sittet og danset til denne låta i 5 minutter», så bidrar det bildet til at jeg tenker «ok, de har det fett i studio, vi har hatt det fett». [...] Og da blir det en bonding oss imellom.

Aksel lar seg altså inspirere av programlederens respons til musikken han har lyttet til på radio, som er nok et eksempel på hvordan ikke-musikkrelaterte aspekter er i stand til å påvirke

hvordan vi opplever musikk på radio, og et eksempel på hvordan man som radiolytter tar del i et fellesskap med de ulike instansene som er involvert i lytteøyeblikket.

5.5 Musikkoppdagelse i Spotify

Muligheten til å oppdage musikk gjennom ulike medier avhenger av mediets tilgjengelige utvalg av musikk, og i hvilken grad mediet tilbyr interaksjon mellom brukeren og mediet. Radio og strømmetjenester skiller seg på dette punktet ved at man som radiolytter er nødt til å forholde seg til musikk plukket ut av noen andre med utgangspunkt i kanalens målgruppe og sjangeravgrensninger. Gjennom strømmetjenester står derimot lytteren selv for valg av musikk, slik at musikkoppdagelse gjennom Spotify i større grad er opp til den enkelte lytteren. Anne (25) forteller at hun lytter til musikk via Spotify hvis hun skal høre på noe spesifikt. Hun er glad i å lage egne spillelister, og lytter ofte til disse. Hun benytter også funksjonene «Playlist Radio» og «Song Radio», som innebærer at Spotify setter sammen en samling av musikk basert på spillelisten eller sangen man velger som utgangspunkt. På denne måten kan hun oppdage ny musikk som hun kanskje liker, slik som hun beskriver her:

Hvis jeg oppdager en ny sang som jeg synes er fin, går jeg med en gang og sjekker hva det er som ligger på sangens Song-Radio, og ofte vil jo det være sanger som kanskje allerede er i spillelistene mine fra før. Men av og til vil jeg oppdage noen nye sanger. Så jeg gjør det litt for å oppdage ny musikk også.

Joachim (25) synes det er enkelt å oppdage ny musikk gjennom Spotify, men han stoler ikke like mye på strømmetjenestens anbefalinger som han gjør med musikk som anbefales via en radiokanal han liker å lytte til. Joachim føler at de personlige tilpassede spillelistene i Spotify ikke treffer hans musikksmak i særlig stor grad, slik at han først og fremst benytter Spotify for å lytte til musikk han selv har valgt å lytte til. Joachim føler i det hele tatt at Spotify ikke er i stand til å presentere musikk som er relevant for hans musikksmak:

På radio føler jeg det er bedre kvalitetssikring på musikken enn via algoritmer. Jeg stoler kanskje mer på en anbefaling jeg hører på radio enn noe som dukker opp på Spotify, liksom. [...] De siste dagene har jeg hørt mye på den nye *Kvelertak*-singelen på Spotify, også kommer det en Spotify-radio greie etterpå som forsøker å spille lignende musikk, men så klarer den ikke det. Det funker ikke, liksom.

Joachim foretrekker i langt større grad ekte personers anbefalinger til musikk enn Spotify sine anbefalinger, fordi han opplever at kvalitetssikringen på det som anbefales i Spotify er for dårlig, og at algoritmene som er skreddersydd for å anbefale musikk basert på personlige data i strømmetjenesten ikke er i stand til å treffe Joachims musikksmak. Dette kan ha sammenheng med musikksmaken til Joachim, som først og fremst foretrekker å lytte til punk og hardere rock, som i en større sammenheng ikke nødvendigvis kan anses som spesielt mainstream musikk. Det er likevel interessant å se at Spotify, til tross for de senere års satsing på personlig tilpassede anbefalinger i strømmetjenesten, ikke nødvendigvis er i stand til å treffe hver enkelt bruker av strømmetjenesten. Dette er også et eksempel på at spesifikke sjangerprofiler til svært musikkinteresserte folk vil kunne medføre vanskeligheter for mediens evne til å tilby relevant innhold, fordi den unike lytteren sin musikkprofil i utgangspunktet er svært spisset og godt gjennomtenkt.

Aksel opplever at det er enklere å oppdage ny, relevant musikk via Spotify sammenlignet med radio grunnet muligheten til selv å kunne oppsøke musikk som ofte havner under radaren til de riksdekkende radiokanalene. Aksel opplever i likhet med Anne at Song-Radio funksjonen kan være en nyttig måte å oppdage ny musikk han potensielt kan like, og han opplever i motsetning til Joachim at de personlig tilpassede anbefalingene i Spotify ofte treffer hans sjangerpreferanser:

Som regel når jeg kommer til slutten av mine personlige spillelister, så har jo disse datamaskinene i Spotify funnet ut hvilken musikk jeg ellers liker. Så som regel oppdager jeg ikke at spillelisten egentlig er ferdig, for den spiller noe musikk som ligger på andre lister jeg har, og som regel er det norsk hiphop som jeg liker veldig godt å høre på. Så da blir det liksom en glidende overgang. Og den funksjonen ved å kunne gå inn på en låt fra en artist du kanskje ikke har hørt så mye på, og bruke «Song Radio»-funksjonen synes jeg også er fin for å oppdage ny musikk, også bare for å få en lignende «vibe» som det du hører på. Og kanskje oppdager jeg en ny perle innimellom.

Aksel setter pris på at Spotify er i stand til å gjenkjenne hans musikkpreferanser, ettersom dette er med på å skape sømløse overganger fra hans egne spillelister til musikk Spotify spiller av seg selv etter at spillelistene er ferdig lyttet til. Dette gjør at Aksel ofte kan oppdage ny musikk uten å egentlig legge merke til det, ettersom det flettes sammen med musikken han allerede lytter til gjennom spillelistene sine.

5.6 Musikkoppdagelse på radio

Aksel opplever at norske radiokanaler ofte er for sent ute med å spille ny musikk, noe som gjør at han sjelden oppdager ny musikk på radio. Spilles det ny musikk på radio, er hans erfaring at musikken allerede har blitt pushet i sosiale medier og strømmetjenester. Aksel synes i det hele tatt at terskelen for å bli spilt på radio er for høy, slik at det spilles for mye av den samme musikken på de ulike radiokanalene:

Man kan jo oppdage gammel musikk på radio, men når man har hørt mange av disse gamle traltene før, er det begrenset i hvilken grad man oppdager noe nytt. Som regel har det allerede blitt pushet i sosiale medier, og det er ute på strømmetjenester.

På tross av at Aksel ofte opplever at norske radiokanaler spiller musikk som går igjen, liker han å lytte til musikk på radio fordi det av og til kan være behagelig å ikke ha kontroll over det som spilles. Dette medfører at han får en følelse av at det som spilles er kvalitetssikret av de som bestemmer musikken som spilles på radio, på tross av at musikken ikke alltid treffer han personlig:

Hvis jeg setter på en Spotify-liste, så vet jeg jo hva som kommer. Det er som regel jeg som har lagt det opp, og hvis det ikke er jeg som har lagt det opp fullt og helt, så har jeg lagt føringer for hva som skal spilles. Derfor er det deilig å kunne skru på noe du ikke har kontroll over i det hele tatt, og få noen nye impulser, eller kanskje høre noe musikk du liker. Men siden det ikke er jeg som har satt det opp selv, er det deilig å vite at her er det noe som er bra, fordi det spilles på radio.

Aksel har altså et tilsynelatende ambivalent forhold til musikklytting via radio, der han opplever at det kan være vanskelig å oppdage ny musikk som følge av de ulike kanalene sin tunge musikkrotasjon, samtidig som han synes det er kan være behagelig å skru på noe han ikke har kontroll over for å få nye impulser, ettersom han selv ikke har valgt ut musikken.

Joachim synes det er større sannsynlighet for å oppdage ny musikk når han lytter til radio sammenlignet med andre medier for musikklytting. Når han lytter til musikk via Spotify, lytter han som regel til akkurat det han selv ønsker å lytte til, og oppdager derfor sjelden ny musikk:

Det er jo større sannsynlighet for å høre noe nytt når jeg hører på radio. Sånn sett er radio veldig verdifullt, for å utvide musikkhorisonten. Mens på

strømming så hører jeg egentlig bare det jeg hører på. Med mindre jeg får noe anbefalt av kompiser som har hørt noe på radio.

Joachim synes at radiomediet er et godt egnet for å oppdage ny musikk, og han stoler mer på de som bestemmer over musikken på radio sammenlignet med algoritmene i Spotify som forsøker å presentere musikk den tror du liker, noe han utdyper i det følgende: «Bare det å vite at det er et menneske som anbefaler musikken i stedet for bare enere og nuller gjør et eller annet med opplevelsen». Joachim synes i det hele tatt at musikk på radio gjør seg best når det kurteres av noen med god peiling på musikk. Dette belyser hvordan radiomediets involvering av menneskelige ressurser for å kuratere musikken som spilles kan påvirke hvordan musikk oppleves gjennom mediet.

5.7 Forandring fryder. Eller?

Samtlige av informantene i dette prosjektet benytter Spotify som sin musikkstrømmetjeneste, og alle er betalende abonnenter. For flere av informantene er musikklytting via Spotify nærmest synonymt med å lytte til musikk i det hele tatt, og samtlige oppgir å lytte til musikk via Spotify daglig. Marie synes inntoget av musikkstrømmetjenester har medført at hun lytter til musikk annerledes enn før. Tidligere opplevde hun at man bandt seg mer til den musikken man lyttet til når man lyttet til musikk via fysiske formater, fordi det tilgjengelige utvalget av musikk var begrenset til den fysiske platesamlingen man hadde tilgang til. Gjennom strømmetjenester lytter hun til spillelister som kan ha mer enn 300 ulike sanger som går av seg selv, og er tatt ut av album-konteksten:

Jeg tror du knyttet deg mye mer til musikken du hørte på før enn det man gjør nå. Nå har jeg en spilleliste på 300 låter, og ikke bare det at nå er det de 12 låtene jeg skal høre på. Men det har sine fordeler og ulemper at musikken er mye mer tilgjengelig og at jeg kan ta med meg musikken overalt gjennom mobilen. Tidligere hadde jeg en «Discman», men den var jo ikke like brukervennlig. Men nå lytter jeg kanskje ikke like konsentrert som tidligere.

Marie forteller at hun føler at den utstrakte tilgjengeligheten som tilbys via strømmetjenester har medført at vi har mistet noe på veien, i form av at vi tidligere lyttet til musikk mer fokusert og hvert enkelt album i større grad ble lyttet til i sin helhet. Likevel setter hun pris på Spotify sitt store utvalg av musikk, i tillegg til at musikken er langt mer tilgjengelig nå enn tidligere. For Marie har musikkstrømmetjenestene altså medført både positive og negative aspekter for hvordan hun lytter til musikk.

Anne opplever også at den teknologiske utviklingen har medført at vi har mistet noe på veien knyttet til våre hverdagslige lyttevaner. Dette er en av grunnene til at hun har gått til innkjøp av en platespiller for å kunne lytte til musikk slik man gjorde før overgangen til digitale medier. Anne trekker frem at hun synes det er gøy å føle på hvordan det var å være musikklytter før overgangen til digitale medier, noe hun utdyper i det følgende:

Tenk så sykt kult det var når vinyl var det eneste man hadde, og man hadde kjøpt seg en ny plate og kom hjem og bare gledet seg til å spille den. Det er jo den opplevelsen man higer etter i dag, for alt er så sinnsykt tilgjengelig, liksom.

Anne liker også å sortere platene sine, og hun liker å sitte ned og lytte konsentrert til musikk på platespilleren sin, i motsetning til når hun lytter til musikk via radio og strømmetjenester hvor hun føler at hun ikke har et like bevisst forhold til hva hun lytter til. Anne setter i det hele tatt pris på den ekstra innsatsen hun må investere for å lytte til musikk på vinyl, noe hun utdyper i det følgende:

Jeg liker å sortere platene mine, og jeg liker å bare sitte å høre fordi det er så sjelden man faktisk sitter og lytter på den måten. Når musikken er så tilgjengelig gjennom digitale medier, så blir man ikke like bevisst på hva man sitter og hører på.

Anne opplever at innsatsen hun investerer for å lytte til musikk på vinyl tilbakebetales ved at musikklyttingen får en større verdi i form av at hun lytter mer fokusert til musikken, og at hun får et mer bevisst forhold til musikken hun lytter til. I tillegg føler hun på en form for eierskap over platesamlingen sin. Anne opplever også at vinylmediet tvinger henne til å lytte til sanger hun ellers ikke ville lyttet til. Hvis hun kjøper et album på grunn av en bestemt sang, gjør mediet at hun også er nødt til å lytte til de resterende sangene på albumet:

Hvis jeg har kjøpt en plate som jeg vet jeg liker to sanger på, for eksempel, så oppdager jeg kanskje to sanger til som jeg liker. Også har jeg også opplevd den frustrasjonen av å måtte høre gjennom alle sangene. At man ikke bare kan skippe en sang man ikke liker. Men så synes jeg også at det er fint, at man innstiller seg på at man skal lytte til hele dette albumet.

Musikklytting via vinyl krever altså mer innsats fra musikklytteren i alle ledd fra innkjøp av vinylplater til selve avspillingen, men Anne sine erfaringer med musikklytting via vinyl kan tyde på at den økte innsatsmengden som kreves for å lytte til musikk på vinyl betaler seg

tilbake i form av en større og mer aktiv lytteopplevelse sammenlignet med musikklytting via radio og strømmetjenester. Dette er interessant i forhold til hvordan musikk oppleves via ulike medier, og er nok et eksempel på hvordan ulike kvaliteter ved mediene er i stand til å påvirke hvordan vi lytter til og opplever musikk.

Sammenligningen jeg har gjennomført i denne oppgaven mellom radio og strømmetjenester har vist at ulike kvaliteter ved de to mediene har betydning for hvordan informantene i dette prosjektet forholder seg til musikken de lytter til, blant annet ved at mediene benyttes i ulike situasjoner og for å tilfredsstille ulike behov. Samtidig finnes det flere medier for musikklytting det hadde vært interessant å undersøke nærmere i denne sammenhengen, ettersom ulike medier har kvaliteter ved seg som er av betydning for hvordan vi lytter til og opplever musikk gjennom dem.

6 Diskusjon: Musikk gjennom ulike medier

Jeg innledet denne oppgaven med å spørre om hvilken betydning radio og strømmetjenester har for hvordan vi lytter til og opplever musikk, og hva som er forskjellen mellom dem som musikkformidlere. I dette kapitlet vil jeg samle trådene og løfte frem det viktigste jeg har funnet gjennom intervjuene jeg har gjennomført i forbindelse med dette prosjektet, og sette dette opp mot de teoretiske perspektivene fra kapittel 2 og 3.

6.1 Radio og strømmetjenesters betydning for hvordan vi lytter til og opplever musikk

I denne oppgaven har jeg flere steder pekt på at radio og strømmetjenester har noen grunnleggende ulikheter knyttet til hvordan de distribuerer og formidler musikk. Radiomediet fungerer ved at informasjon kringkastes til ulike radiokanaler, som i sanntid kan plukkes opp og videreformidles av kompatible enheter. Strømmetjenester fungerer derimot som personlige programvarebaserte musikkspillere hvor brukeren selv bestemmer hva som skal lyttes til i tillegg til tid og sted for avspillingen. For informantene i dette prosjektet medfører disse forskjellene blant annet at lytting til radio og strømmetjenester ofte benyttes til forskjellige formål, for eksempel ved at radiolytting ofte foregår til faste tider i løpet av døgnet eller når det kan være fordelaktig å slippe å bestemme hva slags musikk man ønsker å lytte til. Lytting til strømmetjenester foregår ofte når informantene vil lytte til noe spesifikt, eller når de befinner seg utenfor hjemmet. Ettersom en strømmetjeneste i all hovedsak er en programvare som kan lastes ned og installeres på ulike elektroniske enheter mange av oss allerede benytter oss av daglig, lytter informantene gjerne oftere og lengre til musikk via strømmetjenester sammenlignet med radio.

6.1.1 Aktiv og passiv mediebruk

Radiomediet og strømmetjenester har ulike aspekter ved seg som informantene i dette prosjektet trekker frem som fordelaktige for hvordan de opplever musikklytting gjennom dem. Ettersom innholdet på radio ofte består av en kombinasjon av musikk og prat, er det for eksempel mulig for en radiovert å kommentere musikken som spilles på radio underveis. Flere av informantene i dette prosjektet sier at dette kan medføre at de blir mer bevisst på musikken de lytter til, som følge av at radioverten har mulighet til å vekke en nysgjerrighet rundt musikken som spilles. Det kan tenkes at denne kommenteringen setter i gang prosesser i hjernen til lytteren som gjør at man lytter mer konsentrert eller aktivt etter spesifikke

elementer i musikken, selv om jeg i kapittel 2.4 trakk frem perspektiver som påpeker at en slik kategorisering kan være en problematisk teoretisk simplifisering av hvordan vi lytter til og opplever musikk, noe Clarke, Dibben og Pitts utdyper i det følgende:

This distinction between ‘active’ or ‘focused’ listening and ‘passive’ or ‘background’ hearing is a theoretical simplification, and auditory experience often shifts between varieties of listening that may not always fit neatly into either of them (Clarke, Dibben og Pitts 2010, 65).

Jeg vil likevel argumentere for at ulike rammer for musikklytting kan ha betydning for hvordan man forholder seg til musikken man lytter til. Strømmetjenester har også funksjoner som gjør det mulig å forholde seg aktivt til mediet, blant annet ved at det er mulig å oppsøke, sortere og kuratere musikk ved hjelp av spillelister og ved at det er mulig å hoppe over og spole i musikken man lytter til. Strømmetjenestene er også mer fleksible når det kommer til tilpasning av avspillingsutstyr, og det er derfor mulig å aktivt påvirke musikkens gang fra mediet til øret, i tråd med Brøvig-Hanssens medieringsperspektiv som jeg trakk frem i kapittel 3.3. Dette gjør det nødvendig å skille aktiv og passiv musikklytting fra det å forholde seg aktivt eller passivt til selve mediet for musikklytting, ettersom de innebærer ulike betydninger.

6.1.2 Valg av musikk

I kapittel 2.3 trakk jeg frem et perspektiv av Lamont, Geasley og Sloboda som omhandler hvordan motivasjonen for å lytte til musikk ofte kan være å påvirke ulike fysiske, psykologiske, emosjonelle og sosiale behov, og at musikk man selv velger å lytte til har potensielt større mulighet til å påvirke folks emosjoner: «[...] it is clear that self-chosen music has the potential for greater emotional and functional impact in many different ways than music which is heard through other’s choices» (Lamont, Geasley og Sloboda 2016, 711). Med utgangspunkt i dette perspektivet vil musikklytting via strømmetjenester i utgangspunktet ha større sannsynlighet for å gi lytteren en lytteopplevelse som gir mer sammenlignet med lytting til radio, ettersom man selv har muligheten til å velge musikken man lytter til gjennom strømmetjenester, noe man ikke har på radio. Likevel har informantene i dette prosjektet glede av å lytte til radio, blant annet fordi de nettopp slipper å måtte velge musikken de lytter til, og dermed ikke behøver å forholde seg like aktivt til selve musikklyttingen som ved musikklytting til medier hvor en selv må bestemme hva som skal lyttes til, noe som kan være fordelaktig i enkelte situasjoner. Musikklytting via radio og strømmetjenester skiller seg

dermed blant annet ved at man gjennom strømmetjenester selv kan velge hva man vil lytte til, mens man gjennom radio velger å slippe å måtte bestemme over hva som skal spilles.

Radio og strømmetjenesters betydning for hvordan vi lytter til og opplever musikk ligger altså både i ulike tekniske kvaliteter ved mediene, i måten de formidler musikk på og hvilken funksjon mediene har i lytterens hverdag. Det er viktig for meg å presisere at jeg gjennom denne oppgaven har belyst ulike aspekter ved begge mediene for musikklytting, og denne oppgavens mål er å trekke frem det som skiller dem fra hverandre fremfor å konkludere med at ett av mediene er bedre egnet for musikklytting enn det andre. Utfra informantenes beskrivelser av hvordan de benytter seg av radio og strømmetjenester for musikklytting, er det tydelig at forventningene de har til mediene har betydning for hvordan de lytter til og opplever musikk gjennom dem. Det er ikke slik at radio og strømmetjenester nødvendigvis konkurrerer mot hverandre som musikkformidlere, men man kan heller si at de fyller ulike behov i lytterens hverdag.

6.2 Forskjellen mellom radio og strømmetjenester som musikkformidlere

Radio og strømmetjenester er basert på ulike prinsipper for distribusjon av lyd og musikk, og en kan for eksempel ikke forvente å kunne lytte til akkurat den musikken en selv liker aller best på radio, eller forvente å bli guidet i sanntid av en ekte person gjennom musikken man lytter til i en strømmetjeneste. Musikklytting via radio preges av at musikken er plukket ut av andre, noe som øker sannsynligheten for at man blir presentert musikk man ikke har hørt tidligere. Samtidig forholder de fleste radiokanaler seg til spillelister som medfører at den samme musikken typisk er i rotasjon over en bestemt periode, slik at når man først har hørt musikken som er i rotasjon denne perioden, er det sannsynlig at man vil kunne høre den samme musikken igjen ved en senere anledning. Flere av de største norske radiokanalene tar også hensyn til hvilken musikk som trender i samfunnet for øyeblikket for å tiltrekke seg lyttere. Dette kan medføre en økt sannsynlighet for å høre den samme musikken på ulike radiokanaler, noe som kan bidra til å redusere mangfoldet av musikk på radio. For informantene i dette prosjektet går det igjen at musikken som spilles på flere av de norske radiokanalene er ufordelaktig preget av kommersielle interesser fremfor en bred og interessant musikkprofil.

Strømmetjenester tilbyr derimot en stor frihet knyttet til hva man ønsker å lytte til, ettersom svært mye av verdens innspilte musikk er tilgjengelig gjennom de ulike strømmetjenestene.

Musikkopplagelse via strømmetjenester avhenger dermed i større grad på den individuelle lytterens preferanser, og det er mulig å påvirke hvorvidt man ønsker å oppdage ny musikk eller ikke. Spotify forsøker riktignok å foreslå relevant musikk å lytte til med utgangspunkt i hva man har lyttet til tidligere, og for flere av informantene i dette prosjektet kan dette være en nyttig måte å bli introdusert ny musikk. Én av informantene, Joachim, opplever riktignok at Spotify ikke er i stand til å forstå hva han liker å lytte til og dermed bommer i forsøket på å foreslå relevant musikk han kan lytte til. Han opplever derimot at musikk på radio er bedre kvalitetssikret enn musikken som foreslås av Spotify, slik at han opplever radio som et bedre egnet medium for å oppdage ny musikk.

Som jeg skrev i kapittel 3.3 er lyd og musikk alltid påvirket av ulike instanser mellom lydkilden og lytteren (Brøvig-Hanssen 2007, 2). De ulike instansene mellom lydkilden og lytteren utgjør det som kalles for mediering, og for ulike medier for musikklytting vil blant annet avspillingsutstyret, grensesnittet, lydkvaliteten og det tilgjengelige utvalget av musikk variere mellom de ulike mediene. Selv om musikken man ønsker å lytte til kan være den samme, vil ulike medier for musikklytting typisk tilby ulike fremgangsmåter for selve lyttingen. For radio og strømmetjenester er disse forskjellene tett knyttet opp mot mediets grunnleggende tekniske funksjonalitet, og musikklytting gjennom disse mediene vil kunne arte seg og oppleves ulikt som følge av dette. Gjennom radio og strømmetjenester har man for eksempel i ulik grad mulighet til å påvirke signalgangen til lyden som formidles, og for flere av informantene i dette prosjektet har dette betydning for hvordan de opplever det de lytter til. En av informantene, Aksel, forteller at når han lytter til musikk via strømmetjenester, benytter han som regel hodetelefoner slik at lyden spilles svært nær ørene. Som følge av dette blir det enklere å følge med på det som spilles sammenlignet med når han lytter til musikk via et dedikert radioapparat, som ofte blir stående på i bakgrunnen og dermed gjør det lettere å miste fokus på det man lytter til. De ulike medieringsprosessene som skiller radio og strømmetjenester kan altså ha betydning for hvordan man lytter til og opplever musikk gjennom dem, og har også betydning for hvordan det lydlige innholdet høres ut og oppleves av lytteren.

Et annet aspekt som skiller radio og strømmetjenester fra hverandre som musikkformidlere omhandler radiomediets live-aspekt, noe jeg beskrev nærmere i kapittel 3.1.2. Live-aspektet medfører blant annet at radiolytting har enkelte likhetstrekk med musikklytting på konsert, noe Baade og Deaville beskriver i det følgende:

Once there was capability for prerecording, prerecorded radio performance offered a scenario between live and recorded performance: musicians/performers gathered at one location and time to create the prerecording of the music to be aired [...] (Baade og Deaville 2016, 46).

Radiomediet live-aspekt medfører altså at man er avhengig av å være til stede i lytteøyeblikket for å få med seg det som spilles, i motsetning til strømmetjenester hvor lytteren selv kan bestemme hva som skal spilles og tid og sted for avspillingen. For informantene i dette prosjektet medfører dette at man kan føle på at man er tilstede «der det skjer», og én av informantene trekker også frem at han føler på glede over å dele lytteøyeblikket med andre, særlig hvis det spilles musikk vedkommende har et forhold til fra før. Det er ikke sikkert live-aspektet alltid påvirker selve innholdet på radio i nevneverdig grad, men det er likevel et interessant aspekt som kan ha betydning for hvordan lyd og musikk oppleves gjennom de to mediene som følge av en bevisstgjøring over at innholdet kringkastes i sanntid til et større publikum.

En siste forskjell mellom radio og strømmetjenester som musikkformidlere jeg vil trekke frem som har vist seg å ha stor betydning for hvordan informantene i dette prosjektet opplever musikk gjennom de to mediene, er at radiomediet ikke tar hensyn til hver enkelt lytter, men at man er nødt til å forholde seg til innhold som kringkastes til et større publikum.

Strømmetjenestene forsøker derimot å lære deg å kjenne, og vil forsøke å optimalisere musikklyttingen for hver enkel bruker av strømmetjenesten. Dette har betydning for hva slags musikk man kan forvente å lytte til gjennom de to mediene.

6.3 Hverdagslytting i endring

Måten vi forholder oss til ulike medier for informasjon og underholdning endrer seg i takt med den stadige teknologiske utviklingen og samfunnets utvikling forøvrig, og hver generasjon stiller typisk med ulike forutsetninger og preferanser når det kommer til bruk av ulike medier for informasjon og underholdning. Dette blir ikke minst synlig når man ser nærmere på utviklingen i befolkningens medievaner over en periode, og i denne oppgaven har jeg flere steder vist til tall fra Statistisk sentralbyrå for å vise hvordan folks lyttevaner ser ut i et større perspektiv. Radiomediet har vært en viktig lyd- og musikkformidler i flere tiår, og er som følge av dette et godt etablert medium blant befolkningen. Likevel har andelen som lytter til radio en gjennomsnittsdag gradvis sunket siden Statistisk sentralbyrå begynte å føre

statistikk over norske medievaner fra 71 prosent av befolkningen i 1991 til 48 prosent av befolkningen i 2019 (Statistisk sentralbyrå 2020, 23). Andelen nordmenn som lytter til lydmedier har i den samme perioden ligget relativt stabilt mellom 40 og 50 prosent, men har de siste årene hatt et lite oppsving, og i 2019 lyttet 55 prosent av befolkningen til lydmedier en gjennomsnittsdag (Statistisk sentralbyrå 2020, 47). Musikkstrømmetjenester stod for 71 prosent av denne lyttingen, og som et relativt nytt medium har strømmetjenester i løpet av få år klart å bli et svært vanlig medium å benytte seg av for musikklytting. Strømmetjenester er dermed et eksempel på hvordan utviklingen av teknologi kan medføre store endringer knyttet til folks musikk- og medievaner på kort tid, samtidig som denne utviklingen også speiler andre trender i samfunnet forøvrig, hvor stadig flere benytter seg av digitale verktøy og medier til ulike formål i hverdagen.

Det er interessant å spørre seg hva de kommende generasjonene går glipp av hvis radiolytting vil fases ut til fordel for lytting gjennom digitale medier. Utfra informantenes betraktninger i denne oppgaven er det særlig kombinasjonen av prat og musikk og muligheten til å bli guidet gjennom musikken som spilles som trekkes frem som fordelaktig med radio sammenlignet med strømmetjenester. Samtidig opplever flere av informantene at musikken som spilles på radio ikke alltid passer utfra deres musikkpreferanser, og særlig én av informantene, Aksel, som foretrekker å lytte til norsk hiphop, føler på at radiomediet har en tendens til å neglisjere nisjepregede musikksjangre. Dette kan tenkes på som en konsekvens av at de ulike radiokanalene har som mål å nå ut til så mange lyttere som mulig, slik at det ikke vil lønne seg å spille musikk bare en liten del av befolkningen er interessert i å lytte til. Det finnes på den annen side flere radioprogrammer på ulike kanaler som går i dybden på musikk innenfor ulike sjangre, slik at det også via radiomediet er mulig å oppdage nisjepreget musikk. Det er likevel ikke til å komme unna at flere av de største radiokanalene baserer seg på en musikkprofil med en bred kommersiell appell for å trekke så mange lyttere som mulig. Dermed kan det tenkes at det er enklere å finne noe relevant å lytte til på radio hvis man anerkjenner mediets rolle som et massemedium som forsøker å nå ut til så mange som mulig, og jeg vil argumentere for at man som radiolytter i større grad er nødt til å rette seg etter mediet sammenlignet med hvis man lytter til strømmetjenester, hvor man selv er i stand til å oppdrive musikken man ønsker å lytte til. Dette kan være med på å forklare hvorfor radiolytting stadig blir mindre vanlig blant befolkningen, og lytting til strømmetjenester på kort tid har oppnådd å bli den nye standarden for musikklytting.

6.4 Den subjektive opplevelsen av musikk

Selv om de ulike mediene for musikklytting stort sett tilbyr det samme rammeverket til alle sluttbrukerne, er det utfra funnene jeg presenterte i kapittel 5 relativt store forskjeller knyttet til hvordan de ulike mediene brukes i praksis. En av informantene, Joachim, liker for eksempel å ha stor grad av kontroll over det som spilles i strømmetjenester, og søker ofte opp musikken han vil lytte til. Marie lytter derimot som regel til personlige eller offentlig tilgjengelige spillelister i Spotify, og synes det er greit å slippe å forholde seg til mediet i utstrakt grad i forbindelse med hverdagslig musikklytting. I tillegg har det vist seg at selve opplevelsen av de ulike mediene preges av hvilke preferanser og forutsetninger de ulike informantene hadde i utgangspunktet, slik at det er mange faktorer som avgjør hvordan de ulike mediene for musikklytting brukes og oppleves i praksis.

Lytting til radio og strømmetjenester fyller ulike behov i informantenes hverdag, der strømmetjenester ofte benyttes hvis informantene skal lytte til noe spesifikt eller for å fylle tiden med noe når de for eksempel er ute og reiser. Lytting til radio foregår som regel i hjemmet, og benyttes ofte for å slippe å måtte ta noen valg knyttet til hva som skal lyttes til. Dette indikerer at mediet kan ha stor betydning for hvordan informantene i dette prosjektet lytter til og opplever musikk, samtidig som at deres ulike preferanser og utgangspunkt også er av stor betydning for hvordan de opplever musikk gjennom ulike medier, i tråd med perspektivene fra Dibben og Bourdieu i oppgavens kapittel 2.1, som belyser hvordan våre ulike kulturelle utgangspunkt har betydning for hvordan vi forholder oss til og opplever ulike kunstuttrykk.

Opplevelsen av musikk påvirkes både av ulike subjektive og kulturelle faktorer, i tillegg til ulike kvaliteter ved mediene vi benytter for musikklytting. Radio og strømmetjenester representerer ulike måter å distribuere musikk på, og jeg har i denne oppgaven belyst hvordan iboende kvaliteter ved mediene har betydning for hvordan vi forholder oss til dem som musikkformidlere, hvordan de benyttes i en hverdagslig kontekst og hvordan de er i stand til å påvirke vår opplevelse av musikk.

6.5 Videre forskning

Innenfor tematikken jeg har behandlet i denne oppgaven finnes det en rekke interessante aspekter å se nærmere på. Det hadde for eksempel vært interessant å undersøke hvordan ulike aldersgrupper forholder seg til ulike medier for musikklytting, ettersom de stiller med

forskjellige forutsetninger og innarbeidede rutiner for musikklytting. På denne måten kan man danne seg et oversiktlig bilde av hvilke endringer den teknologiske og digitale utviklingen har ført med seg for musikklyttere. For å følge opp denne oppgaven ville det også vært interessant å studere hvordan ulike menneskers musikalske bakgrunn har betydning for hva de lytter til og hvordan de lytter til og opplever musikk.

Videre ville det også vært interessant å se nærmere på hvordan ulike mediers grensesnitt kan påvirke hvordan vi forholder oss til dem for å lytte til musikk, og ikke minst hva mediens visuelle presentasjon av musikk har å si for hvordan vi forholder oss til det vi lytter til. I denne sammenhengen ville det vært interessant å inkludere ulike digitale og sosiale medier for i enda større grad å forstå hvilken betydning mediet har for hvordan vi forholder oss til musikk i en hverdagslig kontekst.

Ulike medier har også forskjellige samfunnsoppdrag som kan påvirke deres rolle som musikkformidlere, og det hadde vært interessant å se nærmere på hvilken betydning dette har for hva man som konsument kan forvente av ulike medier. NRK må for eksempel forholde seg til ulike krav og forventninger definert av Stortinget, noe som skiller dem fra for eksempel kommersielle radiokanaler og ikke minst kommersielle strømmetjenester. Dette medfører at man kan forvente å bli presentert ulikt innhold gjennom mediene som en konsekvens av deres samfunnsoppdrag.

Bibliografi

- Baade, Christina L, og James Deaville. 2016. *Music and the Broadcast Experience*. New York: Oxford University Press.
- Barnard, Stephen. 2000. *Studying radio*. London: Arnold.
- Berland, Jody. 1990. «Radio Space and industrial time: music formats, local narratives and technological mediation.» *Popular Music, Vol. 9, No. 2, Radio Issue*, April: 179-192.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction - A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Brøvig-Hanssen, Ragnhild. 2007. *Musikk og Mediering*. Masteroppgave, Oslo: Universitetet i Oslo.
- Bull, Michael. 2007. *Sound Moves - iPod culture and urban experiences*. Oxon: Routledge.
- . 2000. *Sounding out the City - Personal Stereos and the Management of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Clarke, David Ian, Eric F Clarke, og Alicia Acitores Peñalba. 2011. *Music and consciousness 1: Philosophical, psychological, and cultural perspectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Clarke, Eric, Nicola Dibben, og Stephanie Pitts. 2010. *Music and Mind in Everyday Life*. Oxford: Oxford University Press.
- Crisell, Andrew. 1994. *Understanding Radio*. London: Routledge.
- Danielsen, Anne, og Yngvar Kjus. 2017. *The Mediated Festival: Live Music as Trigger of Music Streaming and Social Media Engagement*. Oslo: University of Oslo.
- Dibben, Nicola. 2001. «What do we hear, when we hear music? Music perception and musical material.» *Musicae Scientiae - Vol V, no.2*, 161-194.
- Dubber, Andrew. 2013. *Radio in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Eriksson, Maria, Rasmus Fleischer, Anna Johansson, Pelle Snickars, og Patrick Vonderau. 2019. *Spotify Teardown*. London: The MIT Press.
- Gunter, Barrie. 2012. «Finding the Limits of Audience Activity.» I *Communication Yearbook 11*, av James A. Anderson (red), 108-126. Oxon: Routledge.
- Hagen, Anja Nylund. 2015 a. «The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services.» *Taylor and Francis Online*. 10 mars. Funnet mai 24, 2019. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03007766.2015.1021174>.
- Hagen, Anja Nylund. 2015 b. *Using Music Streaming Services: Practices, Experiences and the Lifeworld of Musicking*. Doktoravhandling, Oslo: Universitetet i Oslo.

- Hendy, David. 2000. *Radio in the global age*. Cambridge: Polity Press.
- Herbert, Ruth. 2011. *Everyday music listening : absorption, dissociation and trancing*. Farnham: Ashgate.
- Herbert, Ruth, David Ian Clarke, og Eric F Clarke. 2019. *Music and consciousness 2: Worlds, practices, modalities*. Oxford: Oxford University Press.
- Johansson, Sofia, Ann Werner, Patrik Åker , og Gregory Goldenzwaig. 2018. *Streaming music: practices, media, cultures*. London: Routledge.
- Kjus, Yngvar. 2018. *Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium*. London: Palgrave Macmillan.
- Kristensen, Henrik Sanne. 2014. "Spillelisting". Masteravhandling, Oslo: Universitetet i Oslo.
- Kvale, Steinar. 2006. *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Lamont, Alexandra. 2011. «University students' strong experiences of music: Pleasure, engagement, and meaning.» *Musicae Scientiae* 15(2), 229-249.
- Lamont, Alexandra, Alinka Geasley, og John Sloboda. 2016. «Choosing to Hear Music: Motivation, Process, and Effect.» I *The Oxford Handbook of Music Psychology* (2 ed.), av Susan Hallam, Ian Cross og Michael Thaut, 711-724. Oxford: Oxford University Press.
- Lonsdale, Adam J., og Adrian C. North. 2011. «Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis.» *British Journal of Psychology* , 108-134.
- Medienorge. 2020. «Oversikt over norske radiokanaler .» *Medienorge*. Funnet Februar 17, 2020. <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/radio/313>.
- Nowak, Raphaël, og Andrew Whelan. 2016. *Networked Music Cultures*. London: Macmillian Publishers Ltd.
- Pease, Edward C. 1995. *Radio - the forgotten medium*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Pedersen, Helena Zarifa M. 2013. *Music In The Air - En studie av streamingtjenestene Spotify og WiMP på mobil*. Masteravhandling, Oslo: Universitetet i Oslo.
- Polaris Nordic. 2018. *Digital Music in the Nordics*. Polaris Nordic.
- Repstad, Pål. 1993. *Mellom nærhet og distanse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Rodriguez, Alejandro R. V. 2017. *Music streaming and culture*. Masteravhandling, Oslo: Universitetet i Oslo.
- Rossman, Gabriel. 2012. *Climbing the charts: what radio airplay tells us about the diffusion of innovation*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.

- Sloboda, John. 1993. *The Musical Mind - The Cognitive Psychology of Music*. Oxford: Oxford University Press.
- . 1985. *The musical mind : the cognitive psychology of music*. Oxford: Clarendon Press.
- Small, Christopher. 1998. *Musicking*. Hanover: University Press of New England.
- Spotify. 2020. *Why go Premium?* Funnet Juni 1, 2020. <https://www.spotify.com/no/premium/>.
- Statista. 2020 a. *Spotify's monthly active users 2015-2019*. Funnet Mars 2, 2020. <https://www.statista.com/statistics/367739/spotify-global-mau/>.
- . 2020 b. «Spotify's premium subscribers 2015-2019.» *Statista*. Februar. Funnet Februar 20, 2020. <https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>.
- Statistisk sentralbyrå. 2020. *Norsk mediebarometer 2019*. Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.

Vedlegg 1: Oversikt over norske riksdekkende radiokanaler

Kanal	Største eiere	Finansiering	Opstart	Type
NRK P1	Den norske stat	Lisens	1933	Variert
NRK P2	Den norske stat	Lisens	1984	Kultur
NRK P3	Den norske stat	Lisens	1993	Variert
NRK Klassisk	Den norske stat	Lisens	1995	Musikk
NRK Alltid Nyheter	Den norske stat	Lisens	1997	Nyheter
NRK Sápmi	Den norske stat	Lisens	1999	Variert
NRK mP3	Den norske stat	Lisens	2000	Musikk
NRK Super*	Den norske stat	Lisens	2007	Barn
NRK Sport	Den norske stat	Lisens	2007	Sport
NRK Jazz	Den norske stat	Lisens	2008	Musikk
NRK P1+	Den norske stat	Lisens	2013	Variert
NRK P13	Den norske stat	Lisens	2014	Variert/musikk
NRK Vær	Den norske stat	Lisens	2007	Vær
NRK Trafikk	Den norske stat	Lisens	2017	Trafikk
NRK Folkemusikk*	Den norske stat	Lisens	2004	Musikk
P4	MTG	Reklame	1993	Variert
P5	MTG	Reklame	2010	Musikk
P6 Rock	MTG	Reklame	2014	Musikk
P7 Klem	MTG	Reklame	2011	Musikk
P8 Pop	MTG	Reklame	2015	Musikk
P9 Retro	MTG	Reklame	2017	Musikk
P10 Country	MTG	Reklame	2017	Musikk
NRJ	NRJ/MTG	Reklame	2010	Musikk
Radio Norge	Bauer Media	Reklame	2004	Musikk
Radio Rock	Bauer Media	Reklame	2013	Musikk
Kiss	Bauer Media	Reklame	2012	Musikk
Radio Norsk Pop	Bauer Media	Reklame	2016	Musikk
Radio Vinyl	Bauer Media	Reklame	2017	Musikk
Radio Topp 40	Bauer Media	Reklame	2017	Musikk
P24-7 Mix	Bauer Media	Reklame	2018	Musikk
BIG Hiphop & RnB	Bauer Media	Reklame	2019	Musikk
15 regionale kanaler	Den norske stat	Lisens	Fra 1957	Diverse
184/27 lokale kanaler	Diverse	Reklame tillatt	Fra 1982	Diverse

*«Kanalen NRK Folkemusikk sendes 24 timer i døgnet som netradio, men går også ut i DAB-nettet om natten i NRK Supers ledige sendetid.» Kilde: (Medienorge 2020).

Vedlegg 2: Intervjuguide

Del 1: Bakgrunn

- Hva er ditt forhold til musikk?
- Hvilke medier benytter du for å lytte til musikk?
- Hva er ditt foretrukne medium for musikklytting?
- Hvor ofte lytter du til musikk? På radio? Strømmetjenester? Andre medier?
- Når eller i hvilke situasjoner lytter du til musikk?
- Hvilken strømmetjeneste benytter du som regel?
- Hvilken radiokanal lytter du oftest til?
- Lytter du som regel til radio for musikk eller for prat/informasjon?
- Hva er din foretrukne musikk sjanger/stil?
- Hva er viktig for deg når du hører på musikk?
- Hvorfor liker du å lytte til musikk?

Del 2: Musikkmediet

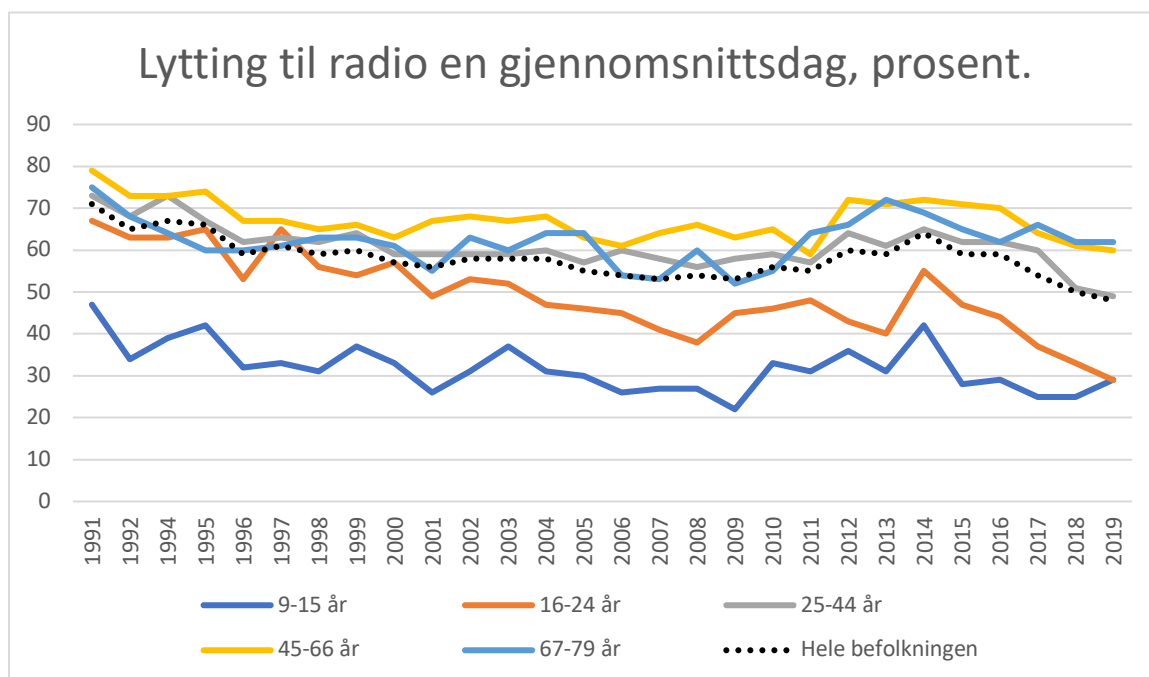
- Hva har mediet å si for hva du hører på av musikk?
- Hva har mediet å si for hvordan du lytter til musikk?
- Hva har mediet å si for hvordan du opplever musikken du lytter til?
- Føler du at din musikksmak er representert gjennom radio? Strømmetjenester?
- Hva savner du i strømmetjenesten du benytter? Radio?
- Synes du radiomediet kan tilby noe du ikke finner i strømmetjenester? Omvendt?
- Hva har det å si for deg at radio kringkastes lineært, dvs. at du ikke selv kan bestemme hva som spilles?
- Hvor viktig er lyd kvalitet for deg når du lytter til musikk? Opplever du noen forskjell?
- Hva mener du er den største forskjellen mellom radio og strømmetjenester som musikkformidlere?
- Hvilke begrensninger finner du i strømmetjenester som musikkformidler? Radio?
- Hvis du måtte velge mellom ett av de to mediene, hvilket hadde du valgt?

Del 3: Opplevelsesbasert

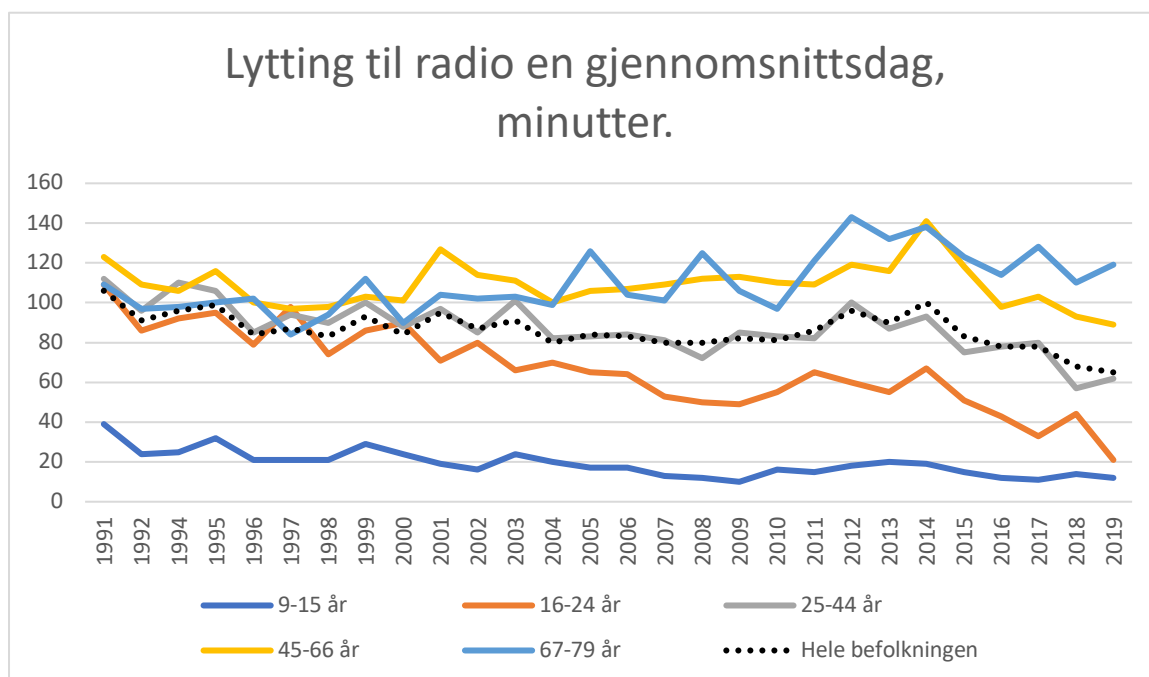
- I hvilke situasjoner ville du heller lyttet til musikk på radio eller strømmetjenester?
- Synes du ett av mediene kan tilby noe det andre mediet ikke kan?
- Hvordan opplever du musikk på radio? Strømmetjenester?
- Synes du radio er et godt egnet medium for musikklytting? Fordeler?
- Synes du strømmetjenester er et godt egnet medium for musikklytting? Fordeler?
- Hvordan opplever du en sang som spilles på radio sammenlignet med hvis den spilles i en strømmetjeneste?
- Liker du å få andres anbefalinger til hva du skal lytte til?
- Synes du det er enkelt å oppdage ny musikk gjennom radio? Strømmetjenester?
- Føler du at Spotify kjenner din musikksmak?
- Føler du at det finnes en radiokanal i Norge som treffer deg?
- Har du oppdaget ny musikk gjennom de to mediene du har fortsatt å høre på?
- Hvilket medium synes du er best egnet for å oppdage ny musikk?

Vedlegg 3

Lytting til radio 1991-2019. Prosent og minutter.

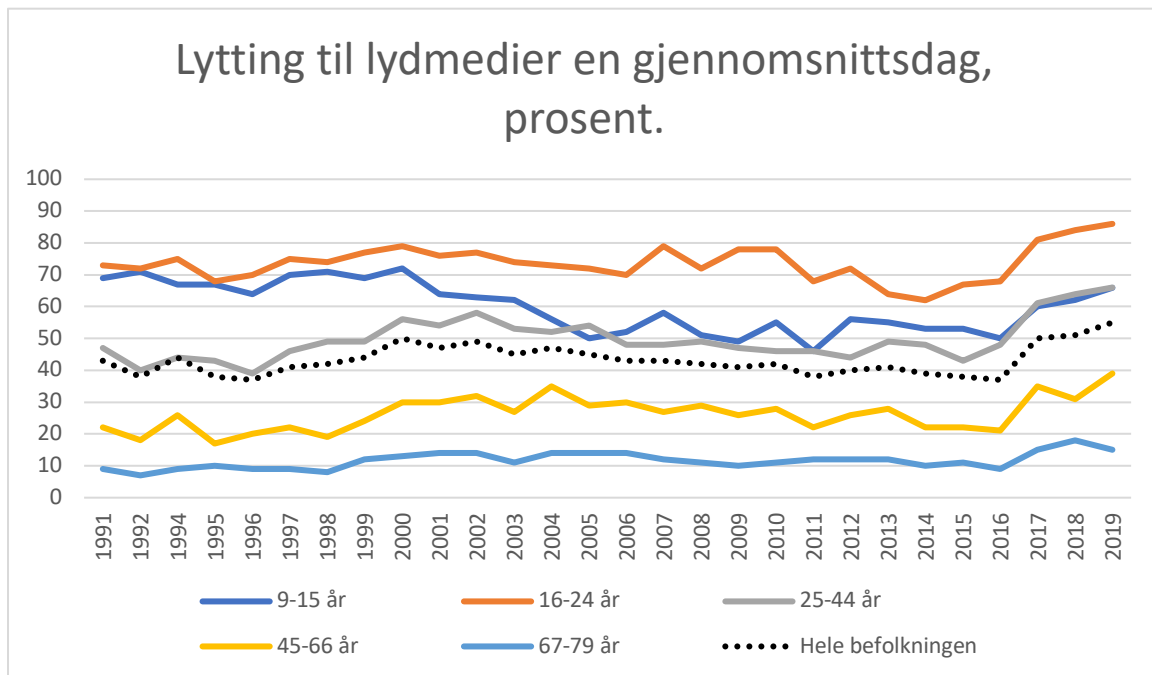


Prosentandel av den norske befolkningen som lytter til radio en gjennomsnittsdag i perioden 1991-2019. Radio omfavner FM, DAB og internett. Radiolytting var fordelt nokså jevnt blant befolkningen frem til 2000, med unntak av den yngste delen av befolkningen (9-15 år), som generelt lytter mindre til radio enn resten av befolkningen. Etter år 2000 lyttes det også stadig mindre til radio blant unge voksne i alderen 16-24 år. Kilde: Statistisk sentralbyrå 2020, 23

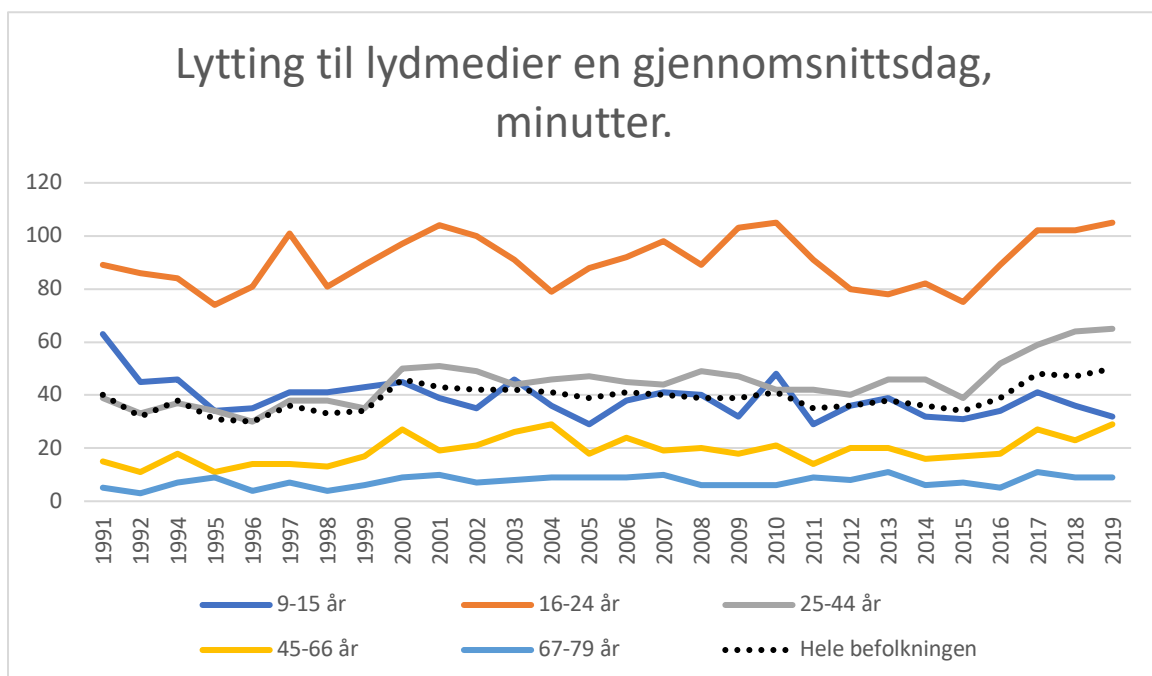


Antall minutter den norske befolkningen lyttet til radio en gjennomsnittsdag i perioden 1991-2019. Det er den yngste delen av befolkningen (9-15 år) som lytter markant minst til radio, etterfulgt av aldersgruppen 16-24 år som lytter stadig mindre til radio mellom 2000-2019. Aldersgruppene 45-66 år og 67-79 år lytter lengst til radio, og følger hverandre jevnt i hele perioden som omfattes dataene. Kilde: Statistisk sentralbyrå 2020, 23

Lytting til lydmedier 1991-2019. Prosent og minutter.



Prosentandel av den norske befolkningen som lytter til lydmedier en gjennomsnittsdag i perioden 1991-2019. Lydmedier inkluderer lytting til vinylplater, CD-er, MP3-spillere, nedlastede lydfiler fra internett og strømmede nettfiler. Strømmede nettfiler stod for 71 prosent av lytting til lydmedier i 2019. Det er den yngre delen av befolkningen (9-24 år) som lytter mest til lydmedier, men også i aldersgruppen 25-44 år har lytting til lydmedier hatt en økning de seneste årene. Kilde: Statistisk sentralbyrå 2020, 47



Antall minutter den norske befolkningen lyttet til lydmedier en gjennomsnittsdag i perioden 1991-2019. Aldersgruppen 16-24 år skiller seg markant fra resten av befolkningen ved at de lytter betraktelig lenger til lydmedier en gjennomsnittsdag. Kilde: Statistisk sentralbyrå 2020, 47