



Lyden av digitalisering: Preludium om musikk og medier

Yngvar Kjus og Hendrik Storstein Spilker

Velkommen til spesialnummer om musikk og medier! Med dette nummeret ønsker vi å undersøke forholdet mellom musikk og medier, med fokus på hvordan dette utvikler seg i den digitale tiden. Vi vil vise frem pågående forskning, men også inspirere medievitere, musikkvitere og forskere fra andre disipliner til videre utforskning av møtet mellom musikk og medier. Det ligger en opplagt kobling i at musikk er sentralt innhold i mange medier og at musikk trenger medier for å formidles. Den pågående digitaliseringen har fornyet og forsterket koblingen ved å legge til rette for nye måter å produsere musikk på og gjennom utviklingen av nye arenaer for formidling og opplevelse av musikk. Musikk er et kulturområde som har ligget i front av utforskningen av digitale mediers mange muligheter. Bruken av nye medier har også forårsaket en rekke utfordringer, deriblant hvordan vi kan forstå digital sampling av eksisterende verk og hvordan vi skal forholde oss til nettverksbasert formidling av musikk, det være seg anarkistiske piratnettsider eller kommersielle strømmetjenester.

Nye måter å skape og formidle musikk på har reist nye spørsmål, og mange har vendt seg mot loven for å få svar, noe som er reflektert i den fornyede rollen til åndsverkloven og forventningene til at den skal ordne opp i flokene. Både i Norge, EU og andre deler av verden debatteres store endringer i opphavsretten med mål om finne en rettferdig balanse mellom interessene til skapere, publikum og mediene som kobler dem sammen, ikke minst globale giganter som YouTube og Spotify. Digitaliseringen har også gitt dramatiske økonomiske utslag, ikke minst gjennom fall i det fysiske platesalget og vekst i musikkstrømming. Musikkbransjen har søkt stabilitet ved å satse sterkere på konserter, altså ved å møtes ansikt-til-ansikt – en tilsynelatende robust kommunikasjonsform. Da denne vårens koronapandemi stanset all konsertvirksomhet, ble det imidlertid demonstrert hvor sårbar hele musikklivets økonomi er, samtidig som unntakssituasjonen viste hvor raskt og kreativt diverse medier ble brukt til å iscenesette og strøomme konserter, noen av dem med kjærkomment utbytte.

Artiklene vi presenterer i dette nummeret, tar for alle for seg dagsaktuelle temaer og problemstillinger. Det finnes imidlertid noen lange linjer i forholdet mellom musikk og medier, noen av dem antydnet over, som på forskjellige og noen ganger overraskende vis tangerer refleksjonene til forfatterne i dette nummeret. Før vi presenterer deres arbeid nærmere, vil vi i denne lederartikkelen bruke anledningen til å tegne opp et større bilde av forskningen på forholdet mellom musikk og medier. Først skal vi diskutere forskjeller mel-

lom et musikkvitenskapelig og et medievitenskapelig blick på denne tematikken. Dernest prøver vi oss på en periodisering av den historiske utviklingen av forskningsfeltet, med vekt på den medievitenskapelige horisonten.

Musikkforskning og medieforskning

Vi kan gjøre et skille mellom interesse for mediers betydning for skapelse av musikk og interesse for musikkens rolle i mediens formidling. Dette skillet dekker i grove trekk forskjellene mellom musikkforskere og medieforskeres tilnærming til forholdet mellom musikk og medier. Musikkforskning på digitale samplere har for eksempel vært orientert mot utviklingen av musikalske sjangere, deriblant hip-hop, på samme måte som studier av trommemaskiner har bidratt til forståelsen av populærmusikkens lydbilde og «sound» (Harkins, 2019). Det har i senere år vært økende interesse for ulike former for musikkproduksjon, trigget av den uomtvistelige betydningen som digitale medier har for musikkens utforming, i den grad at det settes «digitale signaturer» på musikken (Brøvig-Hanssen & Danielsen, 2016). Utviklingen av nye opptaks- og redigeringsteknologier for musikk, såkalte «digital audio workstations», har vært knyttet til revitaliseringen av uavhengige («indie») musikkmiljøer og knoppskyting i en underskog av digitale sjangere, fra eksperimenterende elektronika til EDM (electronic dance music).

Utviklingen av digitale medier rundt årtusenskiftet var også en trigger for medieforskere og deres interesse for «the consequences of technology for how music reaches people and for how people reach music», slik Jones formulerte det (2002, s. 213). Han hevdet til og med at «[t]he spatial distribution of music wrought by new technologies provides an opportunity [...] to bring distribution to the centre of the study of media». Artikkelen hans, med tittelen «Music that moves», kom tidlig i en lang rekke studier av musikkens mobilitet via digitale medier (se Spilker, 2018). Det er denne delen av forholdet mellom musikk og medier som har gjort seg mest gjeldende i medieforskningen, med sitt potensial for å belyse teknologiutvikling, kommunikasjonsformer og medialisering av musikklivets institusjoner, profesjoner og praksiser.

Selv om både musikkforskere og medieforskere har vist økende interesse for forholdet mellom musikk og medier, så er det altså betydelig variasjon i fokus, noe som er forståelig ettersom førstnevnte vil ha fokus på musikken, mens sistnevnte vil fokusere på mediene. Musikkforskeres interesse for nye uttrykksformer og opplevelser av musikk leder dem blant annet til å studere hvordan artister tar inn nye medier i sine kunstneriske prosjekter, der et slående grep er å ta med teknologi som tidligere var forbeholdt studio, til konsertscenen (ikke minst ved hjelp av laptopen). Mens musikkforskere ofte har en interesse for mediers betydning i sammenhenger der mennesker er samlet rundt musikk, enten i studio eller på scenen, har medieforskere i større grad vist interesse for måten musikk transporteres mellom folk som ikke er i hverandres selskap, over ulike avstander i tid og rom.

Disse forskjellene er her satt på spissen for å tegne opp konturene av et faglig område. Det må legges til at det er musikkforskere og medieforskere som går langt inn i hverandres interessefelt. For eksempel har både musikkforskere og medieforskere vært nysgjerrige på mikrofonens betydning for stemmebruk og uttrykk (Scannell, 1996; Sterne, 2003; Nyre, 2008; Kjus, 2018; Prior, 2018) og befolker begge forskningsområdet som kalles *sound studies* (noe også sosialantropologer, kulturforskere og andre gjør). To som i særklasse har bygget bro mellom musikkforskning og medieforskning, er Georgina Born og David Hesmondhalgh, som begge har undret seg over musikkens evne til å skape både individuelle og kollektive erfaringer (se Born, 2013; Hesmondhalgh, 2013). Måten digitale medier

kan brukes til å legge nye lag av kommunikasjon mellom artist og publikum, har inspirert innfallsvinkler og former for dataanalyse i nytt farvann både for musikkforskningen og medieforskningen (se Danielsen, Kjus & Kraugerud, 2018). Mulighetene for overlapp er særlig store i forskningen på musikkens møter med bestemte medier, som radio, tv, film, aviser og dataspill. Da skal musikken finne sin plass innenfor bestemte medierammer, noe som krever forhandlinger mellom musikalske hensyn og medie-hensyn. I slike sammenhenger kommer det frem et bestemt aspekt av medieringsprosesser, som er ekstra opplagt på engelsk ettersom «mediation» også betyr mekling. Da TV-mediet ble utviklet, foregikk det for eksempel en rekke avveininger og dragkamper mellom musikere og medieprodusenter, deriblant om hvilken musikk som skulle spilles, hvordan den skulle iscenesettes og hvordan den skulle betales for (se Forman, 2012). Slike forhandlinger har omfattende estetiske dimensjoner når musikk skal formes til å inngå i en film (Larsen, 2013), for ikke å snakke om når musikk skal finne sin plass i de interaktive plottene og levende miljøene i dataspill. Forhandlinger utgjør også en egen tematikk når det gjelder artisters utnyttelse av eierskapet til sin musikk (Kjus, 2019) og kampen om synlighet i de algoritmisk kuraterede musikkstrømmetjenestene (Maasø & Spilker, 2020).

Digitale medier har brakt ny kompleksitet til møtet mellom musikk og medier, noe som bærer bud om nye analytiske utfordringer og muligheter for den som vil låne sine ører til dem. Fasinasjon over musikkens mobilitet har vært en rød tråd i den medievitenskapelige interessen for musikk, som det er naturlig å løfte fram ettersom dette er *Norsk medietidsskrift*. Det er gitt en rekke forskjelligartede bidrag som vi vil gi en oversikt over for å etablere dette spesialnummerets kontekst.

Tre faser i forskningen

Vi har begrenset oss til å omtale forskning som tar for seg digitaliseringen av musikken og dens konsekvenser – dvs. forskning fra 1990-tallet og fremover. Det er også den tematikken som bidragsyterne til dette nummeret på ulike måter jobber med å bearbeide. Vi foreslår å dele inn forskningen på musikkens digitalisering i tre faser som følger hvert sitt tiår – det uskyldige 1990-tallet, det optimistiske 2000-tallet og det kritiske 2010-tallet.

De første empiriske studiene av internettets betydning for musikkens liv begynte å dukke opp på 1990-tallet, som en del av bølgen av forskning på dannelsen av online fellesskap. Blant de tidlige eksemplene var Watsons (1997) studie av betingelsene for vellykkete gruppedannelser på nett med utgangspunkt i fan-nettverket phish.net og Hodkinsons (2003, 2004) studier av opprettholdelsen av grenser mellom de på innsiden og de på utsiden med utgangspunkt i goth-scenen. Denne typen studier var likevel få og spredt, og forholdt seg i liten grad til hverandre. Mer betydningsfulle over tid kom et par studier som ikke tok utgangspunkt i distribusjonsteknologien, men de nye avspillingsenhetene og deres betydning for utviklingen av lyttepraksiser til å bli. Du Gay et al. (1997) sin studie av the Sony Walkman er en av de mest refererte studiene innenfor *cultural studies* gjennom tidene. DeNoras «Music in everyday life» (2000) studerte musikkbruk i en serie av samtidige settinger fra personlig discman-bruk til supermarkedenes programmerte bakgrunnsmuzak, mens Bull (2006) gjorde en «oppfølgingsstudie» av walkman-studien, men denne gangen med iPod-en som studieobjekt.

Heller ikke industriforskningen på 1990-tallet tok i særlig grad opp i seg den digitale utviklingen. I stor grad fortsatte den som før – men inkluderte gjerne mer eller mindre godt funderte påpekninger av hvordan digitaliseringen kunne komme til å spille en transformativ rolle for industrien. En av de mer forutseende kommentarene til hva som sto på trap-pene, finner vi hos den svenske industriforskeren Burnett, som uttalte at:

The most important development of all may well turn out to be the *Internet* [...] The interesting paradox is that while the six transnationals have the money and the technology to continue to dominate the production and distribution of popular music for many years to come, the digitalization of music could give them even more control and larger profits, or it could open a Pandora's box that could ultimately destroy their own control of popular music (1996, s. 148).

På siden av slike store fremtidsspådommer ble det også publisert et par interessante studier som utviklet innflytelsesrike modeller over industriens oppbygning og diskuterte hvordan digitaliseringen kunne komme til henholdsvis å svekke og styrke forbindelser i industrien, som f.eks. mellom artister og publikum eller plateselskap og distributører: Burnett og Webers (1989) modell over musikkindustriens produksjons- og forbrukssystemer brukte teori om svake og sterke forbindelser til å diskutere endringer i industrien, mens Leyshons (2001) konseptualisering av «musical networks» delte industrien inn i de fire delvis overlappende og tøyelige nettverkene kreativitet, reproduksjon, distribusjon og forbruk.

Det optimistiske 2000-tallet

Overgangen til 2000-tallet markerte også overgangen til en ny fase i forskningen på forholdet mellom musikk og medier. Forskningen ble nå mye tydeligere politisert gjennom at den adresserte konflikter knyttet til digitaliseringen og internets betydning for musikklivet. Mer enn produksjon og bruk isolert sett kom distribusjon og spredning av musikk til å utgjøre et kjernefokus – hvordan musikk forflyttet seg og hvem som hadde makt og myndighet til å bestemme forflytningen og dens grenser. Fildeling var tiårets sentrale distribusjonsteknologi. Det meste av forskningen sirkulerte rundt det som har blitt kalt «fildelingskrigene» eller «piratkrigene» – konflikten mellom brukerne av fildelingsteknologien på den ene siden og musikkindustrien på den andre, med diverse teknologiindustriaktører i en ofte uavklart posisjon et sted i landskapet (Spilker, 2018).

På begynnelsen av tiåret tok en rekke studier for seg dynamikken i fildelingsnettverk som Napster, Gnutella og LimeWire utfra et perspektiv om at bruken av disse representerte en ny form for gaveøkonomi eller delingskultur som utfordret etablerte kapitalistiske mekanismer og ordener (Golle, Leyton-Brown & Mironov, 2001; Giesler & Pohlmann, 2003; McGee & Rahm-Skågeby, 2004). De fleste av disse studiene så på delingspraksiser utfra brukernes perspektiv, men det fantes også enkelte studier som undersøkte de nye distribusjonsmulighetenes betydning for musikere og produsenter. Spesielt innflytelsesrik har musikkforskeren Paul Théberges artikkel «The Network Studio» (2004) vært. I den diskuteres mulighetene for artister til å omgå alle de etablerte leddene i musikkindustrien gjennom å produsere musikk i digitale hjemmestudioer og distribuere og kommunisere direkte til fans og følgere.

Noen av tiårets mest diskuterte og stadig refererte bøker anla et mer overordnet perspektiv på de nye distribusjonsteknologiene og den fremvoksende delingskulturen, og diskuterte deres betydning for kultur-, samfunns-, økonomi- og teknologiutvikling mer generelt. Medieviteren Henry Jenkins (2006) lanserte begrepet «konvergenskultur» for å beskrive den fremvoksende mediekulturen som han argumenterte for er karakterisert av konvergens på flere områder. For det første finner det sted en sammensmelting av ulike typer medieinnhold som utløser fremveksten av kreative og nyskapende uttrykk og praksiser. For det andre, og enda viktigere, skjer det en sammensmelting av den tradisjonelt toppstyrte profesjonelle mediekulturen med en «deltagerkultur» der brukernes praksiser ikke lenger er endepunktet for, men betydningsfulle noder i kulturspredningen. I et senere arbeid har

Jenkins og kollegaer (Jenkins, Sam. Ford & Green, 2013) videreutviklet denne tankegangen gjennom å hevde at kulturdistribusjonen har endret seg fra å være dominert av en «klumpingslogikk» til en «spredbarhetslogikk».

Et annerledes, men like optimistisk, perspektiv på de nye distribusjonsmulighetene finner vi i journalisten Chris Andersons (2006) bok *The Long Tail*. «Den lange halen» betegnet myldret av artister og utgivelser, tidligere og nåværende, som ikke fikk plass på de nyeste hitlistene, de populære radiokanalene eller på den begrensede vindus- og hylleplassen til platebutikkene. Hovedargumentet til Anderson var ikke av kulturell karakter som hos Jenkins, men av økonomisk karakter: Med internett som distribusjonsarena lå alt til rette for en utflating av superstjerneøkonomien («den store hodet») der de få tok hoveddelen av fortjeningen. Teknologiutviklingen åpnet muligheter for vekst og nyskapning i den tidligere ulønnsomme «halen» gjennom kobling av nisjeartister med nisjepublikum og tilgjengeliggjøring av bakkataloger.

Hos juristen Lawrence Lessig finner vi optimisme på vegne av både de sosiale, kulturelle, økonomisk og teknologiske mulighetene internett kan bringe med seg – men samtidig en sterk bekymring for at utviklingen meget vel kan ta en annen retning. Inspirert av potensialet han så i de nye fildelingsteknologiene, og samtidig kritisk til musikkindustriens rettssaker mot tidlige tjenester som mp3.com og Napster som brukte disse teknologiene, skrev Lessig en serie debattbøker i løpet av 2000-tallet. Bøkene bygget på en kombinasjon av historiske studier av medieregulering og deres begrunnelser gjennom tidene med analyser av samtidige kontroverser, aksjoner, rettssaker og lovforslag. Fra utgangspunktet i musikkindustrien ble perspektivet utvidet til å omfatte andre medier som radio, tv, video, litteratur, journalistikk og spill.

Hovedargumentet var at vi med internett hadde fått muligheten til å utvikle en enestående digital allmenning, en felles ressurs for kulturdeling, som kunne danne grunnlaget ikke bare for en mer demokratisk mediekultur, men også være forløsende for kunstnerisk kreativitet og teknologisk innovasjon og en kilde til økonomisk vekst.¹ Dette potensialet kom han i en av sine senere bøker til å betegne som muligheten for fremveksten av en «remiks-kultur» (Lessig, 2009). I alle Lessigs bøker er det imidlertid en advarende og kritisk undertone: Hele dette potensialet står vi i fare for å miste. Det er truet av musikkindustriens, og andre medieindustriers, rettsforfølgelser og saksøkningspraksiser, arbeid for å stramme inn lovverk samt utvikle kopieringsbeskyttelser og annen sporings- og overvåkingsteknologi.

De nevnte forskningsbidragene – og flere andre med et lignende anslag – brakte forholdet mellom musikk og medier til sentrum av medieforskningen. Det ble, helt korrekt, antatt at turbulensene i musikkindustrien innvarslet endringer som etter hvert kom til å påvirke alle andre medieindustrier også. Samtidig signaliserte det tvisynet som spesielt preget Lessig sine bøker, overgangen til den mer kritiske og pessimistiske tonen som har preget forskningen det seneste tiåret.

Det kritiske 2010-tallet

Overgangen til 2010-tallet markeres også av at strømming i løpet av få år (i hvert fall i Skandinavia) tar over fra fildeling som den dominerende distribusjonsteknologien for musikk. I utgangspunktet kan strømming foregå – og foregår – både sentralisert og distribuert, lovlig og ulovlig (Burroughs, 2015; Kjøs, 2016; Spilker & Colbjørnsen, 2020). Når vi snakker om

1. Lessig var en sentral initiativtaker for opprettelsen av Creative Commons lisenser, CC-lisenser av åndsverk, som alternativ til de mer restriktive lisensene under det dominerende opphavsrettlige regimet.

strømming i dag, tenker vi imidlertid først og fremst på den sentraliserte og (etter hvert) lovlige forretningsmodellen som fikk gjennomslag fra slutten av 2000-tallet med tjenester som YouTube og Spotify, der musikken formidles fra sentrale servere og bare midlertidig tilgjengeliggjøres og/eller under oppsyn oppbevares på brukernes enheter.

Noen av de første forskningsarbeidene som omhandlet strømmevidningen, var opptatt av å diskutere om strømmemodellen representerte en seier for musikkpiratene/musikkbrukerne eller for musikkindustrien (Allen-Robertson, 2013; Andersson Schwartz, 2014; Spilker, 2018). På den ene siden ga strømmemodellen brukerne tilgang til det de lenge hadde sagt de ville ha: (nesten) uinnskrenket og lettvinntilgang til enorme musikkarkiver, en løsning store deler av industrien i det lengste hadde kjempet hardt imot og som underminerte den rotfestete stykkpris-modellen som den hadde vært basert på. På den andre siden ble denne tilgangen gitt brukerne til «betingelser utenfor deres kontroll» – de tekniske løsningene lot industrien beholde kontroll over distribusjonen, ga den i flere henseender mer kontroll enn de noen gang hadde hatt.

De første årene av det nye tiåret ble også på andre måter preget av et «etterslep» av studier av piratindustri-konflikten, som på viktige måter nyanserte den dikotome og polariserte fremstillingen denne konflikten tidligere var gitt både i forskningen og i media. Jakobsson og Stiernstedt diskuterte i «Pirates of Silicon Valley» (2010) hvem som var de største piratene, fildelingsnettverket The Pirate Bay eller videoopplastingstjenesten YouTube, og antydte at grunnen til at musikkindustrien gikk etter Pirate Bay ikke var at de var for store, men fremdeles små nok til å angripes (sammenlignet med YouTube). Forfatterne demonstrerte samtidig hvordan definisjonene av pirateri og lovlighet var tøyelige og historisk foranderlige. På lignende måte viste Spilker og Høier (2013) hvordan både menneskelige aktører og teknologiske artefakter (som mp3- og divX-standardene) har forflyttet seg frem og tilbake langs en idealisme-kommersialisme-skala. Lobato og Thomas (2012) avdekket hvordan piratindustri-konfliktene har gitt grunnlag for fremveksten av nye gråsonevirksomheter på begge sider av konflikten, og i et senere arbeid (2015) konseptualiserte de forholdet mellom formelle og uformelle medieøkonomier i global kontekst.

Utover på 2010-tallet fremstod både brukere og bransje som noenlunde aksepterende til den nye strømmeordenen, og mens freden senket seg over piratindustri-konfliktene, sank også interessen til forskere som hadde vært engasjert av disse. De seneste årene har vi imidlertid igjen kunnet observere fornyet interesse for musikksektorens utvikling, ansporet av to nært relaterte bekymringer: bekymringene for den økte plattformiseringen og for den økte algoritmiseringen av mediene.

I løpet av tiåret har makten til de globale medieplattformene blitt utsatt for stadig stigende kritikk, for måten en håndfull aktører har kommet til å dominere og «kolonisere» det åpne internett. På musikkfeltet har spesielt rollen til Spotify (Eriksson et al., 2019; Maasø & Hagen, 2019) og YouTube (Burgess & Green, 2018) kommet i søkelyset. Samtidig har disse plattformenes økte satsning på utvikling av «smart» personaliserings- og anbefalingsteknologi utløst bekymring. Er vi ofre for en usynlig og farlig manipulasjon av våre kulturelle preferanser? Leder algoritmiseringen til styring og ensretting?

Hos musikkstrømmeplattformene har satsningen på algoritmeutvikling vært spesielt i fokus, fordi slike tjenester i liten grad har kunnet konkurrere på innhold og derfor har måttet konkurrere på presentasjon og tilrettelegging. Flere studier har demonstrert at måten musikk presenteres på i strømmetjenestenes begrensede brukergrensesnitt, har en betydelig styrende effekt for hva brukerne lytter på (Elberse, 2013; Eriksson et al., 2019). Spillelister har vokst fram som egen form for musikklytting innenfor strømmetjenestenes univers (Hagen, 2015, 2020). Maasø (2016) snakker om selvforsterkende «matteuseffekter» som

oppstår i vekselvirkningen mellom grensesnittfremheving, brukerrespons og algoritmenes konstruksjon. Wikstrøm et al. (2018) finner at både akustisk diversitet, låtrotasjon og lokal musikkandel har sunket etter introduksjonen av strømmetjenester. Dette har Maasø og Spilker (2020) omtalt som «strømmeparadokset» – på tross av at vi har tilgang til mer musikk enn noen gang, er våre samlede (aggregerte) lyttervaner smalere enn tidligere.

Samtidig har andre bidrag nyansert forestillingene om allmektige plattformer med full kontroll på innsiden med avmektige brukere på utsiden. Seavers (2019) etnografiske studie av algoritmeutvikling innen en amerikansk musikkjeneste viser at ingen av programmerne fullt ut har kontroll over eller forstår virkemåten til algoritmene de utvikler, eller resultatet av dem. Eriksson (2019) er også opptatt av uforutsigbarheten og irrasjonaliteten i kompleks software. Hun kommer videre med en viktig kritikk av vår forestilling om plattformer som monolittiske størrelser – og av plattformbegrepet generelt. Gjennom å analysere datastrømmer inn og ut fra Spotify viser hun hybriditeten til en slik tjeneste – hvordan den spriker internt og gjennomhulles fra utsiden.

Dette nummerets bidrag

Ved å dra en linje fra det optimistiske 2000-tallet til det kritiske 2010-tallet så tydeliggjøres et vesentlig skifte i forskningens interesse for makt og strukturer i musikkfeltet. Det har imidlertid også vært diverse understrømmer i forskningen på musikk og medier, og det enes betydning for det andre. I både Norge og Sverige har det vært forskningsprosjekter som har undersøkt hvordan utviklingen av nye lyttemønstre og musikkopplevelser tok form i en musikkultur preget av intensivt mediering av musikk (deriblant *Sky og scene* og *Music use in the digital media age*). En rekke bidrag har også undersøkt artisters muligheter for å utforme kunstneriske prosjekter og kommunisere direkte med sitt publikum. Bidrag fra skandinaviske forskningsmiljøer har vært sentrale i å utvikle nye perspektiver til det internasjonale ordskiftet. Muligens – eller sannsynligvis – har dette sammenheng med at en rekke innovasjoner på feltet har hatt tilknytning til oss, deriblant svenske The Pirate Bay, Spotify og norske WiMP/Tidal. Litt tilfeldig, men samtidig som seg hør og bør, inneholder dette nummeret bidrag fra både Danmark, Sverige og Norge.

Initiativet til dette spesialnummeret ble tatt av forskningsprosjektet *Music on demand: Økonomi og opphavsrett i en digitalisert kultursektor* (MUSEC), som også arrangerte og finansierte et heldagsseminar med forfatterne av artikkelforslag.² Nummeret er imidlertid et samarbeidsprosjekt, og den andre av de to redaktørene er fra forskningsprosjektet *Strømming av kulturindustriene* (STREAM). Den ene av artiklene har utspring i STREAM-prosjektet, mens en annen kommer fra prosjektet *Mashup-musikk, opphavsrett og plattformregulering* (MASHED), noe som reflekterer hvordan spesialnummeret springer ut av pågående forskning. Innen fristen for innsending av artikkelidéer mottok vi hele 12 forslag, noe som antyder en bred interesse for musikk og medier. Nummeret fikk en stram tidsplan, som dessuten ble lagt under ytterligere press av koronaviruset, noe som krevde ekstra innsats fra forfatterne og fagfellene. Vi vil rette en stor takk til fagfellene som ikke bare ga meget konstruktive faglige tilbakemeldinger, men som dessuten gjorde det under pressede forhold – tusen takk (dere vet hvem dere er)!

Den første artikkelen i denne samlingen handler om betingelsene for sampling-basert musikalsk kreativitet i en tid der medieplattformer som YouTube og SoundCloud i økende grad kontrollerer innhold. Ragnhild Brøvig-Hanssen og Ellis Jones ser spesielt på mashup-

2. MUSEC-prosjektet er finansiert gjennom KULMEDIA-programmet til Norges forskningsråd og gjennomføres ved Institutt for musikkvitenskap ved Universitetet i Oslo (prosjektnummer: 271962).

sjangeren, der nettopp eksisterende verk og innspillinger klippes sammen til noe nytt og overraskende, samtidig som de musikalske kildene skal være gjenkjennelige. Ved å innhente erfaringer fra mashup-produsenter viser forfatterne hvordan denne sjangeren er under press som følge av måten medieplattformene håndhever opphavsrettslige krav gjennom automatiserte og algoritmebaserte kontrollsystemer. De viser blant annet hvordan produsentenes motivasjon lider under disse systemenes rigiditet som i mange tilfeller ikke heller operer i tråd med lovens intensjon. Artikkelen retter slik et kritisk blikk mot medieplattformenes utvikling og i hvilken grad opphavsretten er rigget til på en måte som ivaretar og stimulerer et levende musikkliv.

Gjennom sin interesse for grunnlaget for estetiske valg så reflekterer den første artikkelen hvordan musikkforskere ofte er orientert mot produksjon og uttrykksform. De neste artiklene reflekterer på sin side hvordan medieforskere ofte er mer interesserte i musikkens bevegelser og formidling, ettersom de handler om strømmetjenester (i all hovedsak Spotify). Alle forfatterne i dette nummeret deler imidlertid en interesse for *mangfold*, enten det gjelder musikalske uttrykk, smale og brede sjangre, kjønnsbalanse eller formidlingslogikk. Den andre artikkelen gjør grundig rede for nettopp ulike dimensjoner ved mangfold, og måtene strømmetjenester kan innvirke på dem: synliggjøring, kuratering, personalisering, ensretting og profesjonalisering. Basert på intervjuer med sentrale aktører i norsk og nordisk musikkbransje (til og med Spotifys Head of Content) presenterer Håvard Kiberg en analyse av hvordan de nevnte mangfoldsaspektene har utviklet seg gjennom 10 år med strømming.

Der Kiberg viser sprikende syn på mangfoldets verdi og ivaretagelse fra et fugleperspektiv, så avdekker Ann Werner blindpunkter på et bestemt område av stor betydning, nærmere bestemt kjønnsbalanse i musikkformidlingen. Hun tar utgangspunkt i et samarbeid mellom Spotify og Smirnoff (vodkaprodusenten) med mål å jevne ut forholdet mellom de mannlige og kvinnelige artistene som strømmes. Gjennom diskursanalytiske lesninger undersøker hun hva slags form for feministisk strategi som uttrykkes i markedsføringen, hvem og hva tjenesten skal forandre, og ikke minst hvem og hva satsningen usynliggjør.

Mads Krogh går enda lenger inn i Spotifys strategier og virkemåter ved å studere hvordan strømmetjenesten forholder seg til etablerte musikalske sjangre. Han viser hvordan musikalske kategorier, som har vært basert på både historiske, sosiale og estetiske dimensjoner, omdefineres gjennom en «singulariseringsprosess», et begrep hentet fra den tyske sosiologien Andreas Reckwitz. Etablerte sjangerdimensjoner viker for en brukertilpasning som i stor grad styres av varierende kontekstuelle forhold. Med utgangspunkt i eksisterende forskning, tilgjengelige bransjekilder og Spotifys markedsføring og grensesnitt tegnes et komplekst og til en viss grad urovekkende bilde av møtet mellom musikklivets tradisjoner og virkemåten til et voksende kommersielt apparat.

Når vi setter punktum for denne innledningen, forsommeren 2020, så har det gått tre måneder siden koronaviruset gjorde at Norge i stor grad stengte ned. Musikkfeltet er blant kultursektorene som ble hardest rammet, som nevnt, samtidig som det ser ut til å ha gitt musikere og lyttere en ny giv til utforskningen av diverse medier. Festivalssommeren blir i stor grad digital. Fra uventet hold har dermed også forskningen på musikk og medier fått nytt stoff å gi seg i kast med. Dette er betegnende for forskningen på feltet, at det på uforutsigbart vis dukker opp spørsmål å ta tak i. Heller enn å bruke anledningen til å peke på områder som bør utforskes nærmere, vil vi avslutte denne innledningen med en generell oppfordring: Fortsett å lytte til denne kanalen! Eller som det heter på engelsk: Stay tuned!

Yngvar Kjus og Hendrik Storstein Spilker
Gjesteredaktører

Referanser

- Allen-Robertson, J. (2013). *Digital culture industry: A history of digital distribution*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion.
- Andersson Schwartz, J. (2014). *Online file sharing: Innovations in media consumption*. New York: Routledge.
- Born, G. (Red.). (2013). *Music, sound and space: Transformations of public and private experience*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brøvig-Hanssen, R. & Danielsen, A. (2016). *Digital signatures: The impact of digitization on popular music sound*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Bull, M. (2006). Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod. I K. O'Hara & B. Brown (Red.), *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies* (s. 131–149). https://doi.org/10.1007/1-4020-4097-0_7
- Burgess, J. & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2. utgave). Cambridge: Polity.
- Burnett, R. (1996). *The global jukebox: The international music industry*. London: Routledge.
- Burnett, R. & Weber, R. P. (1989). *Concentration and diversity in the popular music industry 1948–1986*. Paper presented at the 84th Annual American Sociological Association Conference, San Francisco, CA.
- Burroughs, B. E. (2015). *Streaming media: Audience and industry shifts in a networked society* (Doktoravhandling). University of Iowa. <https://doi.org/10.17077/etd.e9qi86xf>
- Danielsen, A., Kjus, Y. & Kraugerud, E. (2018). Gendered patterns in music mediation: A study of male and female performers at the Øya festival using multiple data sources. *Poetics*, 70, 4–17. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.09.002>
- DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Du Gay, P, Hall, S., Janes, L., Madsen, A. K., Mackay, H. & Negus, K. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Los Angeles, CA: SAGE Publications Ltd.
- Elberse, A. (2013). *Blockbusters: Hit-making, Risk-taking, and the Big Business of Entertainment*. New York: Henry Holt and Co.
- Eriksson, M. (2019). *Online Music Distribution and the Unpredictability of Software Logistics* (Doktoravhandling). Umeå University. Hentet fra <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1366593/FULLTEXT01.pdf>
- Eriksson, M., Fleischer, R., Johansson, A., Snickars, P. & Vonderau, P. (2019). *Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Forman, M. (2012). *One Night on TV Is Worth Weeks at the Paramount: Popular Music on Early Television*. Durham: Duke University Press Books.
- Giesler, M. & Pohlmann, M. (2003). The anthropology of file sharing: Consuming Napster as a gift. *Advances in Consumer Research*, 30(1), 273–279. Hentet fra <https://www.acrwebsite.org/volumes/8790/volumes/v30/NA-30>
- Golle, P., Leyton-Brown, K. & Mironov, I. (2001). Incentives for sharing in peer-to-peer networks. *Proceedings of the 3rd ACM conference on Electronic Commerce*, 264–267. <https://doi.org/10.1145/501158.501193>
- Hagen, A. N. (2015). The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services. *Popular Music and Society*, 38(5), 625–645. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1021174>
- Hagen, A. N. (2020). Music in Streams: Communicating Music in the Streaming Paradigm. I M. Filimowicz & V. Tzankova (Red.), *Reimagining Communication: Mediation*. New York, NY: Routledge.
- Harkins, P. (2019). *Digital Sampling: The Design and Use of Music Technologies*. New York, NY: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *Why music matters*. Chichester: Wiley Blackwell.
- Hodkinson, P. (2003). Net. Goth: Internet Communication and (Sub-)Cultural Boundaries. I R. Weinzierl & D. Muggleton (Red.), *The Post-subcultures reader* (s. 285–298). Oxford/New York: Berg Publishers.
- Hodkinson, P. (2004). Translocal Connections in the Goth Scene. I A. Bennett & R. A. Peterson (Red.), *Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual* (s. 131–148). Nashville: Vanderbilt University Press.

- Jakobsson, P. & Stiernstedt, F. (2010). Pirates of Silicon Valley: State of exception and dispossession in Web 2.0. *First Monday*, 15(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v15i7.2799>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: University Press.
- Jenkins, H., Sam. Ford & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: University Press.
- Johansson, S., Werner, A., Åker, P. & Goldenzwaig, G. (2018). *Streaming music: Practices, media, cultures*. London, New York: Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group.
- Jones, S. (2002). Music That Moves: Popular Music, Distribution and Network Technologies. *Cultural Studies*, 16(2), 213–232. <https://doi.org/10.1080/09502380110107562>
- Kjus, Y. (2016). Musical exploration via streaming services: The Norwegian experience. *Popular Communication*, 14(3), 127–136. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1193183>
- Kjus, Y. (2018). *Live and recorded: Music experience in the digital millennium*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Kjus, Y. (2019). The Use of Copyright in Digital Times: A Study of How Artists Exercise Their Rights in Norway. *Popular Music and Society*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/03007766.2019.1698206>
- Larsen, P. (2013). *Filmmusikk: Historie, analyse, teori* (2. utgave). Oslo: Universitetsforl.
- Lessig, L. (2009). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York, NY: Penguin Books.
- Leyshon, A. (2001). Time–Space (and Digital) Compression: Software Formats, Musical Networks, and the Reorganisation of the Music Industry. *Environment and Planning A*, 33(1), 49–77. <https://doi.org/10.1068/a3360>
- Lobato, R., & Thomas, J. (2012). The Business of Anti-Piracy: New Zones of Enterprise in the Copyright Wars. *International Journal of Communication*, 6, 606–625. <https://doi.org/1932-8036/20120606>
- Lobato, R. & Thomas, J. (2015). *The informal media economy*. Cambridge, Malden, Massachusetts: Polity.
- Maasø, A. (2016). Music Streaming, Festivals, and the Eventization of Music. *Popular Music and Society*, 41(2), 154–175. <https://doi.org/10.1080/03007766.2016.1231001>
- Maasø, A. & Hagen, A. N. (2019). Metrics and decision-making in music streaming. *Popular Communication*, 18(1), 18–31. <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1701675>
- Maasø, A. & Spilker, H. S. (2020). The streaming paradox: Untangling the hybrid gatekeeping mechanisms of music streaming [Notat]. IMK, UIO/ ISS, NTNU.
- McGee, K. & Rahm-Skågeby, J. (2004). Gifting Technologies. *First Monday*, 9(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v9i12.1192>
- Nyre, L. (2008). *Sound Media: From Live Journalism to Music Recording*. New York: Routledge.
- Prior, N. (2018). *Popular Music, Digital Technology and Society*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd.
- Scannell, P. (1996). *Radio, Television and Modern Life*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Seaver, N. (2019). Captivating algorithms: Recommender systems as traps. *Journal of Material Culture*, 24(4), 421–436. <https://doi.org/10.1177/1359183518820366>
- Spilker, H. S. (2018). *Digital music distribution: The sociology of online music streams*. London: Routledge.
- Spilker, H. S. & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: Toward a typology of an evolving concept, 1–16. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>
- Spilker, H. S. & Høier, S. (2013). Technologies of Piracy? Exploring the Interplay between Commercialism and Idealism in the Development of MP3 and DivX. *International Journal of Communication*, 7, 2067–2086. <https://doi.org/1932-8036/20130005>
- Sterne, J. (2003): *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*. Durham: Duke University Press.
- Théberge, P. (2004). The Network Studio: Historical and Technological Paths to a New Ideal in Music Making. *Social Studies of Science*, 34(5), 759–781. Hentet fra <https://www.jstor.org/stable/4144360>
- Watson, N. (1997). Why we argue about virtual community: A case study of the Phish.net fan community. I Steven Jones (Red.), *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. London; Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd.
- Wikstrøm, P., Moreau, F. & Bourreau, M. (2018). *Acoustic diversity of Western Popular music during a period of digital transformation*. Paper presented at the 20th ACEI Conference. Melbourne, Australia.