



MUSIKKEN, COMPUTEREN & NETVÆRKET

en undersøgelse af online musik

SPECIALE AF
KIM MIKAEL JENSEN

MULTIMEDIER
AALBORG UNIVERSITET
JUNI 2006

Musikken, Computeren & Netværket

en undersøgelse af online musik

Dette speciale er skrevet som afslutning på min uddannelse i Multimedier ved Humanistisk Informatik, Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet, 2006.

Specialet er afleveret i juni, 2006.

Jeg vil gerne takke min vejleder Ole Ertløv Hansen for god og konstruktiv kritik. Derudover en stor tak til min lille familie som har været utrolig støttende og overbærende gennem hele processen. Uden jer ville dette speciale aldrig have set dagens lys.

God læselyst!

Kim Mikael Jensen

Specialet indeholder 133.609 tegn, svarende til 55,7 normalsider á 2400 tegn

summary

The Music, Computer and Internet – an exploration of online music

Keywords: Music, Digital Media, Internet, Culture, Technology

The aim of this thesis is to explore the consequences of popular music's shift towards the computer and the Internet. The thesis primarily focuses on the consequences in relation to usage and consumption as well as describing the ways in which the musical product is changing. It is argued that online music both draws on previous established practices and norms as well as establishing new modes of usage and interaction. The initial focus of the thesis is to develop an understanding of music as it is traditionally represented in various physical recording media. This understanding, combined with Niels Ole Finnemanns description of the digital computer and the Internet, forms the foundation on which the discussion of online music takes place. It is argued, that the distinct properties of the digital computer is transferred to the musical product when it enters the digital domain, which means, that properties formerly tied to the physical objects on which music is contained, are transformed into variables and are subjected to the same manipulation as all other digital data. The consequence of this transformation relates both to the musical product as a distinct unique entity, with certain aesthetics tied to its physical properties, and to the ways in which the musical product is used and consumed. It is argued that online music presents the user with a variety of new choices which are not present in relation to offline physical music. Furthermore it is argued, that the Internet facilitates new ways of presenting musical identity based on actual use of music, as opposed to the traditional ways in which musical identity is reflected through ownership.

Summary	03
Kapitel 1: Indledning	06
Specialets målsætning	08
Teoretiske og metodiske refleksioner	08
Musik i et teknologisk perspektiv	08
Musik i et digitalt perspektiv	10
Oversigt over specialets kapitler	13
Kapitel 2: Musik som optagelse	15
Håndgribelighed	16
Mobilitet	18
(U)synlighed	19
Gentagelighed	20
Temporalitet	20
Modtagelighed	20
Manipulerbarhed	21
Kapitel 3: Musikken og dens medier	22
LP'en og singlen	22
Walkman'en og Compact Disc'en	24
<i>Første intermezzo</i>	27
Kapitel 4: Internettet og digitale medier	29
Udviklingen af netværket	29
Det femte informationssamfund	30
Hvad er en computer	32

Internettet	34
Internettets kulturelle grammatik	34
Internettet og de andre medier	37
<i>Andet intermezzo</i>	40
Kapitel 5: Musikken i computeren	41
Musikkens nye materialitet	42
Den digitale musiksamling	43
Albummet og playlisten	45
Kapitel 6: Musikken i netværket	49
Online musik som vare	49
Fra atomer til bits	50
Salg af online musik	52
Playlisten	54
Musikken og netværket	55
Musiksamlingen kontra musikprofilen	55
Differentieret musikforbrug	58
Rekontekstualiseringen af musikken	60
Kapitel 7: Diskussion	61
Det samlede perspektiv	64
Afsluttende refleksioner	66
Litteraturliste	68

kapitel 1

indledning

I 1999 skrev en nittenårig amerikansk universitetsstuderende ved navn Shawn Fanning sig ind i både internettets og populærmusikkens historie, da han lancerede programmet *Napster*. Napster var et såkaldt *peer-to-peer* program, der tillod dets brugere at dele og udveksle musikfiler med andre brugere i netværket. Napster var et sandt paradys for enhver musikelsker, hvilket dets umiddelbare succes også vidnede om. På sit højdepunkt havde Napster således 65 millioner brugere verden over og en gennemsnitlig brugerforøgelse på 300.000 om dagen, hvilket gjorde Napster til det hidtil største og hurtigst voksende fænomen i Internettets historie.¹ Napster blev i 2001 dømt ulovlig² og krævet lukket, men adskillige variationer af Napster-modellen dukkede efterfølgende op.

Napsters succes var en af hovedårsagerne til, at musikindustrien fik øjnene op for online musik, og markerer starten på en udvikling der rækker frem til i dag, hvor online musik er blevet etableret som et reelt og lovligt musikformat.³ Den overordnede diskussion i forhold til online musik, har i akademiske kredse såvel som i medierne generelt, været centreret omkring de problematikker der er opstået omkring copyright og ulovlig distribuering af musik. Mindre fokus har der været på de konsekvenser for musikken, brugen og forbruget, som denne orientering mod computeren og internettet medfører. Min hensigt med dette speciale er netop, at tage fat på nogle af de problemstillinger, der melder sig i denne sammenhæng.

¹ Bob Wakelin citeret i Kasaras 2001.

² Napster er senere ”genopstået” som kommerciel udbyder af online musik.

³ Der findes dog stadigvæk mange peer-to-peer programmer hvorigennem ophavskrænkende musik kan downloades.

I løbet af de seneste 10-15 år har computeren gennemgået en udvikling, som har bevæget den fra primært at være et værktøj til processering af data, til, med Internettets populære gennembrud i starten af halvfemserne, at blive etableret som et medie.⁴ Computeren bliver således brugt til at søge informationer, læse nyheder, chatte og skrive e-mails, samt meget andet. Samtidigt har vi oplevet, at mange traditionelle medier, som eksempelvis avisen, fjernsynet og radioen, har konvergeret mod computeren, og er blevet indlejret i computeren og onlinemediet. Computeren er således et medie, der er i stand til at indeholde alle tidligere medier (jævnfør betegnelsen *multimedie*). Men den proces hvormed computermediet *optager* tidligere eller traditionelle medier, medfører også en forandring eller *omskrivning* af disse. Politikens⁵ netavis fungerer således ikke præcis på samme måde som den papirbaserede fysiske avis, idet brugeren eksempelvis kan klikke sig videre til uddybende artikler og historier. Ligeledes tilbyder TV2 nyhederne på nettet brugeren nogle funktioner, som ikke er tilstede ved almindelig fjernsynskiggeri, idet muligheden for eksempelvis at springe frem i udsendelsen er tilstede.⁶

Hvis denne konvergensudvikling jævnføres med musik, bliver det tydeligt, at nogle af de samme processer er på spil. Vi oplever i øjeblikket, at musikken bevæger sig fra at være forankret i ét konkret fysisk artefakt, som eksempelvis CD'en eller LP'en, til at eksistere som en binær repræsentation i computeren. Samtidigt faciliterer internettet nogle helt nye muligheder i forhold til distribution af musik. Muligheder der blandt andet ændrer betingelserne for hvordan og hvornår brugeren anskaffer musik.

Formålet med dette speciale er, at tematisere denne udvikling mod computeren og onlinemediet, samt det potentiale der eksisterer i digitale medier i forbindelse med musik. På samme måde som avisen og tv-nyhederne omskrives eller remedieres i mødet med computeren, vil musik i en digital og online kontekst således også afstedkomme en række remedieringsprocesser der vil medføre forandringer; både i

⁴ Computeren bliver selvsagt stadigvæk brugt som et værktøj, når vi eksempelvis benytter den til tekstbehandling eller billedmanipulation.

⁵ <http://www.politiken.dk>

⁶ De ældre eller traditionelle medier ændrer sig også i forhold til computer- og onlinemediet. Eksempelvis er brugen af flere overlappende eller sidestillede vinduer, som traditionelt er at finde på computeren, nærmest blevet standard i forbindelse med nyhedsudsendelser på TV (se eksempelvis Bolter og Grusin 2002)

forhold til det musikalske produkt, men i ligeså høj grad i forhold til de omkringliggende forhold der er en del af den musikalske oplevelse og brug.

Specialets målsætning

Det er dette speciales målsætning, at søge svar på følgende overordnede spørgsmål:

Hvad betyder computer- og onlinemediet for musikken og hvilke nye omstændigheder for brug og forbrug kan identificeres?

Musikken som specialet har til formål at undersøge, er populær- eller forbrugsmusikken. Computer- og onlinemediets betydning for musik som kunst ligger således udenfor dette speciales problemfelt. Det skal endvidere nævnes, at betegnelsen *computer* her primært dækker over den traditionelle konstellation med tastatur, skærm og mus. Mobiltelefoner, PDA'er og lignende computerbaserede artefakter, hvortil musik kan downloades, er således ikke genstand for undersøgelse i dette speciale.

Teoretiske og metodiske refleksioner

I det følgende vil jeg beskrive de teoretiske anskuelser der ligger til grund for dette speciales opbygning og metode. Det drejer sig om teknologiens rolle generelt og digitalteknologiens rolle i særdeleshed. Afsnittet afsluttes med at skitsere specialets videre opbygning og struktur.

Musik i et teknologisk perspektiv

I dag gennemsyrrer teknologi stort set alle dele af musikverdenen. Alt lige fra mediet hvorpå musikken er lagret til artefakterne hvormed musikken skabes og produceres, er teknologiske konstruktioner, der har indvirkning på musikken og dens brug. Uden teknologi ville populærmusikken, som vi kender den i dag, simpelthen ikke kunne eksistere. Det er således væsentligt, at reflektere over teknologiens rolle, når et fænomen som online musik skal undersøges.

Et klassisk teoretisk spørgsmål vedrørende teknologi, drejer sig som dennes *magt*. Når jeg, som udgangspunkt for dette speciale, er interesseret i at undersøge hvorledes

teknologier som internettet og computeren ændrer eller skaber nye måder at bruge eller forbruge musik på, kunne man foranlediges til at stille spørgsmålstejn ved, om det er et deterministisk teknologisynd, jeg hermed anlægger. Altså en anskuelse af teknologien som værende autonom og styrende, og i sig selv i stand til at ændre eller skabe noget, og med den menneskelige aktør reduceret til en passiv tilskuer.

Denne deterministiske teknologiforståelse, og spørgsmålet om teknologiens magt og indflydelse på samfundet, har i forskellig grad optaget kulturpessimisterne op gennem det tyvende århundrede.⁷ Grundlæggende frygter kulturpessimisterne, at teknologien vil overtage, eller har overtaget, flere og flere *livsfunktioner* i samfundet og herigennem efterladt mennesket i en ”*normløs og tilsynelatende ansvarsfri tilstand.*” (Rasmussen 1995:39). Mennesket som en handlende aktør, der er i stand til at påvirke sine omgivelser og den teknologi det omgiver sig med, er, i forhold til en teknologisk deterministisk betragtning, særdeles begrænset, og den teknologiske udvikling anskues ofte som et undergravningsprojekt. I den modsatte ende af spektret finder vi den voluntaristiske teknologiforståelse, der grundlæggende anskuer teknologi som værende neutral, og som et værktøj mennesket kan bruge. Hvor teknologien i en deterministisk optik *bestemmer* over mennesket, er det, i en voluntaristisk optik, mennesket der *bestemmer* over teknologien og dens anvendelse og formål. Ifølge en voluntaristisk teknologiforståelse, er mennesket altså den handlende aktør, der kan forme teknologien som det ønsker.

Begge teknologiforståelser er i deres yderligheder problematiske. Hvor den teknologiske determinisme er for ekstrem i dens insisteren på teknologiens magt og autonomitet, virker det nærmest naivt at tro, at teknologi er helt neutral, som den voluntaristiske teknologiforståelse hævder. Den teknologiforståelse der danner udgangspunkt for dette speciale, afviser denne tvedeling af teknologibegrebet og baserer sig i stedet på betragtningen om, at teknologi både kan være kulturformende og kultursymptomatisk (Rasmussen 1995). Denne anskuelse kommer til udtryk hos Timothy D. Taylor, amerikansk lektor i musikvidenskab, idet han ligeledes afviser den klassiske dikotomi og i stedet beskriver teknologi som ”*neither voluntaristic nor deterministic but caught up in a complex, fluid, variable dynamic of each.*” (Taylor

⁷ Blandt disse kan nævnes Arnold Gehlen og Jacques Ellul (Rasmussen 1995:38ff), samt Neil Postman (1992).

2001:30) Fordelen ved denne anskuelse er blandt andet, at den åbner op for et mere fleksibelt teknologibegreb, der levner plads til de gensidige påvirkninger, jeg mener, eksisterer mellem teknologi og brugere. Jeg vil således ikke udelukke, at en given teknologi lægger op til nogle måder at bruge musik på, men samtidig er jeg ikke blind for, at brugerne af teknologien også spiller en rolle i måden teknologien tages i brug.

Et andet væsentligt aspekt i forhold til dette speciales problemfelt, knytter sig til måden hvorpå nye teknologier etableres. Her er det vigtigt at pointere, at enhver ny teknologi, altid vil være tæt knyttet til den eller de teknologier den erstatter *eller bygger videre* på, samt de brugspraksisser der omgiver disse teknologier. Den amerikanske musikforsker Mark Katz påpeger, at en ny teknologis indvirkning og betydning således ofte udspringer af forskellene mellem *den nye* og *den gamle* teknologi (Katz 2004:4). Katz eksemplificerer dette med bilen, der som teknologi må forstås i forhold til den eller de teknologier der før dens introduktion faciliterede transport (eksempelvis cyklen eller hestevognen). Ligeledes kan en undersøgelse af en given musikteknologi, med fordel inddrage tidligere musikteknologier og de brugspraksisser disse har fostret. Henrik Bødker, Adjunkt ved Institut for informations- og medievidenskab, Århus Universitet, skriver således specifikt i forbindelse med digitalteknologien, at *"the sedimented norms relating to a century of analogue music media thus necessarily constitute the main backdrop of emerging practices."* (Bødker 2004:4) De normer (i forhold til musikbrug) der er blevet etableret i forbindelse med *den analoge musik*, som Bødker kalder den, kan således tænkes at danne udgangspunkt for de nye praksisser, der måtte opstå i det digitale domæne.

Jeg finder Katzs og Bødkers betragtninger relevante i forhold til dette speciale, idet fokus netop er de forandringer der afstedkommes ved introduktionen af en ny teknologi. At tilgå online musik som noget *helt nyt*, vil således ikke være hensigtsmæssigt, idet teknologien netop må forstås i forhold til de teknologier den afløser og/eller bygger videre på, og søge at afdække eventuelle forskelle.

Musik i et digitalt perspektiv

Ligesom opfattelsen af teknologi har været delt mellem to modstridende positioner, kan der, i diskussionen af nye digitale mediers indtog i samfundet og den stigende grad af *computerisering*, vi i de sidste 10-20 år har oplevet, ligeledes identificeres to

modsatrettede holdninger. Diskursen har på den ene side været præget af overvejende positive perspektiver på digitalteknologien og dennes potentialer, og på den anden side af overvejende pessimistiske perspektiver på samme. I et foredrag fra 2001, sætter Henrik Kaare Nielsen denne polarisering på spidsen, idet han beskriver den igangværende diskurs: ”På den ene side præges den af messianske positioner, som begejstret indvarsler sammensmeltningen af menneske og maskine samt teknologiens snarlige forløsning af paradisiske tilstande i et samfund, hvor alle behovs opfyldelse er umiddelbart inden for rækkevidde, og hvor harmonien og den evige søndag derfor hersker. På den anden side står så de apokalyptiske positioner, som i absolutte termer fremmaner offentlighedens og den sociale solidaritets forfald, en umenneskelig acceleration af de samfundsmæssige processer og omfattende udstødning af svage befolkningsgrupper som uafvendelige og helt dominerende konsekvenser af udviklingen.” (Nielsen 2001:59) Nielsens beskrivelse eksemplificerer den polariseringstendens der har præget debatten, og som både har bevirket dramatiseringen og romantiseringen af den igangværende udvikling. I bogen *Interface Culture* (1997) kritiserer amerikanske Steven Johnson ligeledes denne polarisering og den nærmest religiøse tone debatten kan have, idet han omtaler ”*the twin religions of techno-boosterism and techno-phobia*” (Johnson 1997:8). De noget ensporede perspektiver på udviklingen fremstår dog mindre konstruktive i en konkret diskussion af den faktiske udvikling, idet billedet ofte fremstår en kende mere nuanceret, hvilket både Nielsen og Johnson også argumenterer for. At computeren og internettets introduktion i samfundet skulle bane vejen for et slags digitalt utopia, kan syntes ligeså naivt, som de pessimister der ser den igangværende udvikling som ét stort undergravningsprojekt. Set i lyset af foregående afsnits teknologidiskussion, synes begge disse opfattelser af digitalteknologien, at have et deterministisk udgangspunkt; blot med modstridende holdninger til hvilken type samfund, den nye digitale teknologi determinerer. Udgangspunktet for dette speciales teknologisyntese, er, som før nævnt, ikke funderet i en deterministisk tankegang, og deler således ikke disse betragtninger til fulde. Dog ligger der, i specialets tilgang og forståelse af online musik, samt som grundlag for specialets problemfelt og målsætning, en grundlæggende antagelse om, at digitale medier er noget nyt og at det er i dette *nye*, at online musik finder sin berettigelse. Jeg er således enig i, at vi med computeren og internettets indtog står overfor en *ny situation*, men forholder mig skeptisk overfor det deterministiske perspektiv der præsenteres af ’begge sider’. Jeg vil i stedet orientere mig efter Niels

Ole Finnemann, der i sin bog, *Internettet i mediehistorisk perspektiv* (2005), beskriver den igangværende udvikling, med udgangspunkt i internettet og digitale medier som noget nyt.

Finnemann, der er professor og leder af Center for Internetforskning ved Aarhus Universitet, mener, at vi i øjeblikket befinder os i en overgangsperiode mellem et fjerde og femte informationssamfund, og karakteristisk for dette femte informationssamfund, er netop fremkomsten af digitale medier. Finnemanns tilgang til computeren og digitale medier, er således baseret på den betragtning, at disse har nogle egenskaber, ”der adskiller alle digitale medier fra tidligere kendte teknologier og medier, herunder alle andre elektroniske medier.” (Finnemann 2005:15) Disse egenskaber er baseret på konstruktionen af et universelt alfabet, hvori tekster, billeder, musik og lyde kan tekstualiseres og repræsenteres. Hertil kommer internettet, der tilføjer computeren en kommunikativ dimension, og Finnemann hævder således, at netop computeren og internettet repræsenterer en *kommunikationsteknologisk revolution* (Finnemann 2005:29). Finnemanns perspektiv på digitale medier og internettet, som medier med nogle nye og anderledes egenskaber, men uden det deterministiske islæt, harmonerer således med dette speciales grundlæggende betragtning af online musik som noget nyt. Finnemanns tilgang til og beskrivelse af digitale medier og internettet, vil blive uddybet i kapitel 4 (p. 29).

I forlængelse af ovenstående betragtninger, ønsker jeg slutteligt, at reflektere over betegnelsen online musik og hvad den i dette speciale dækker over. Betegnelsen online musik er valgt, fordi jeg mener den mest passende beskriver denne nye form for musikalsk repræsentation. I forhold til eksempelvis digital musik, der også ofte benyttes, mener jeg online musik er bedre, idet det ikke kun er i musikkens digitale natur, at *det nye* skal findes. Musikkens digitalitet er selvfølgelig en forudsætning for at musikken kan *eksistere* online, men den kan ikke stå alene når fænomenet skal begribes. Det er først i koblingen mellem musikkens digitale repræsentation og netværket, at potentialet virkeligt bliver tydeligt.

Betegnelsen er endvidere valgt for at differentiere mellem to væsensforskellige typer musik; nemlig *online* musik og *offline* musik. Jeg har valgt at sondre mellem disse to typer af musik, på baggrund af specialets antagelse af online musik som noget nyt,

samt Finnemanns beskrivelse af digitale medier som værende forskellig fra alle tidligere medier (Finnemann 2005:15). Sondringen kunne for så vidt også have været mellem *digital* og *analog* musik, men her falder CD'en, som i princippet er digitalt musik, i samme kategori som musik der eksisterer online, hvilket ikke er hensigtsmæssigt i forhold til denne undersøgelse. Jeg vil derfor holde fast i betegnelsen online musik, men som en slags overordnet betegnelse for fænomenet. En musikfil der er hentet (*downloaded*) på internettet og lokalt ligger på en brugers computer, er i princippet ophørt med at være *online* musik og er i stedet 'kun' *digital* musik, vil dog stadigvæk være dækket af betegnelsen online musik. Ligeledes vil musik der er rippet til computeren fra en CD, også kunne betragtes som online musik, idet selve filen og brugen af den, kan indgå i forskellige samspil med netværket. Den definition på online musik jeg i dette speciale benytter, lyder således; *online musik er musik der eksisterer digitalt og er akkvireret online og/eller musik der eksisterer digitalt og indgår i en relation med netværket.*

Oversigt over specialets kapitler

Kapitel 1, som læseren nu næsten er færdig med, præsenterer specialets problemfelt og målsætning, samt en beskrivelse af de teoretiske anskuelser der ligger til grund for specialets opbygning.

I **kapitel 2** introduceres den amerikanske musikforsker Mark Katz, og hans perspektiv på *musik som optagelse*. Ifølge Katz har musikoptagelse en række særlige egenskaber, der påvirker måden musik bliver brugt, lavet og produceret på. Kapitlet vil beskrive disse egenskaber med særlig vægt på begrebet håndgribelighed.

Hvor kapitel 2 beskæftiger sig med musikoptagelsens universelle eller almene træk, skitserer **kapitel 3** den udvikling af musikformater, vi igennem de sidste halvtreds år har oplevet. Dette gøres for at kunne placere online musik i rækken af musikteknologier og –medier. Derudover formodes det, at musikkens tidligere manifestationer i forskellige medier, har betydning for udviklingen af online musik og de brugspraksisser der måtte opstå.

I **kapitel 4** vendes blikket mod internettet og digitale medier. Med udgangspunkt i Niels Ole Finnemann argumenteres der for, at vi er på vej over i et nyt type

informationssamfund, der netop er karakteriseret ved fremkomsten af digitale medier. Kapitlet har til formål at karakterisere computeren og beskrive internettets potentiale. Slutteligt sættes internettet i relation til 'andre medier'.

I **kapitel 5** diskuteres konsekvenserne af musikkens overgang til og indlejring i computeren. Der redegøres blandt andet for hvordan computermediet afstedkommer ændringer i forhold til musikalbummet, samt for hvorledes musikkens nye materialitet og håndgribelighed forandrer den traditionelle pladesamling.

I **Kapitel 6** flyttes fokus fra musikken, som den isoleret set eksisterer i computeren, til netværkets betydning for musikken. Dette gøres ved først at se på online musik som vare og på hvorledes internettet skaber nye omstændigheder for akkvirering af musik. Anden del af kapitlet beskriver hvorledes internettet benyttes til andre formål end lige netop distribution og her kommer jeg ind på de nye måder hvorpå internettet benyttes til at formidle musikalsk identitet, samt på hvordan det benyttes til at opdage musik.

I **kapitel 7** samles trådende fra de foregående kapitler i en samlet diskussion.

kapitel 2

musik som optagelse

Før man blev i stand til at optage musik (og fastholde den i et artefakt), var forudsætningen for at lytte til musik, at en musiker på samme *tid* og i samme *rum* som lytteren, fremførte et stykke musik. Men idet musikeren stoppede sin fremførelse, var musikken forbi. Da Thomas Edison (1847-1931) i 1877 opfinder fonografen tages første skridt i en proces, der skulle løsrive musikken fra musikeren og herved muliggøre, at musikken kunne *bruges* uafhængigt af musikerenes tilstedeværelse. Fonografen var i stand til at fastholde lyde, ved at lave et aftryk af lyden på en cylinder, som efterfølgende kunne afspilles. Oprindeligt var fonografen tænkt som en slags diktafon, men andre fik snart ideen til at bruge den som et instrument til fastholdelse af musik. I 1888 opfandt amerikaneren Emil Berliner (1851-1929) en anden metode, der ligesom Edisons fonograf, kunne optage og gengive lyd. Berliners metode bestod i at lyden blev skåret i voks på en zinkplade som efterfølgende ætzes, så lydende fastholdes.⁸

Edisons og Berliners innovative landvindinger med lydoptagelse repræsenterer starten på en helt ny form for musik. Ifølge den amerikanske musikforsker (Ph.d., Musicology) Mark Katz, har musikoptagelsen og de dertil knyttede teknologier, markant forandret⁹ måden hvorpå musik produceres og (for)bruges, hvilket han argumenterer for i bogen ”Capturing Sound” (2004). Katz arbejder med begrebet *fonograf effekt (phonograph effect)* som han bredt definerer som ”*the manifestations of sound recording’s influence.*” (Katz 2004:3) Groft sagt, kan dette begreb herved dække

⁸ Både Edisons fonograf og Berliners plader, blev i starten af det tyvende århundrede produceret og solgt, men det var Berliners plader der til sidst udkonkurrerede fonografen, hovedsagligt på grund af billigere produktionsomkostninger og mere aggressiv markedsføring (Coleman 2005:16).

⁹ Katz har ikke en deterministisk tilgang til teknologi, men mener at brugerne ”*continually influence the technology that influence them.*” (Katz 2004:4).

over *alle* de konsekvenser som musik som optagelse og de anvendte teknologier medfører. At løbe en tur imens man hører musik i sin walkman (eller MP3¹⁰-afspiller) er eksempelvis en fonograf effekt, idet denne handling kun er mulig, fordi musik eksisterer som en optagelse. Et andet eksempel kunne være popsangeren der til en koncert synger *playback*, hvilket også kun er muligt fordi musikken eksisterer som en optagelse. Katzs ærinde med sin bog er dog ikke at dokumentere alle tænkelige fonograf effekter, men i stedet at påvise en række forskellige sammenhænge, hvori konsekvensen af musik som optagelse bliver evident.¹¹ Der hvor Katz bliver relevant for dette speciale, er i sin karakteristisk af musikoptagelsen. Katz præsenterer i sin bog syv karakteristiske træk ved musik som optagelse; *håndgribelighed*, *mobilitet*, *(u)synlighed*, *gentagelighed*, *temporalitet*, *modtagelighed* og *manipulerbarhed*. Disse træk vil blive gennemgået i det følgende, med særlig vægt på håndgribelighed.

Håndgribelighed

Et af de mest karakteristiske og iøjnefaldende træk ved musik som optagelse, er dens *håndgribelighed* (*tangibility*). Hvor live musik er noget flygtigt og uhåndgribeligt, repræsenterer musikoptagelsen, eksempelvis i form af en LP eller CD, en manifestering af selve musikken. Den materielle forankring af musikken i et fysisk artefakt, samt den håndgribelighed musikken herved tilføres, har vidtrækkende konsekvenser for både musikforbruget og musikproduktionen (Katz 2004:10).

En af de mest markante konsekvenser af musikkens håndgribelighed, er muligheden for at samle på musik. Før det musikalske udtryk kunne fastholdes i et artefakt, eksisterede muligheden for at samle på musik ikke. Selvfølgelig kunne musikentusiaster samle på nogle af de effekter der omgav musikken, som eksempelvis instrumenter, nodehæfter og lignende, men det er først med musik som optagelse, at muligheden for at samle på *lydende*, opstår. ”*Record collecting, however, represents a new relationship with music, for these collectors seek neither the means to create sound nor mementos of it, but sound itself.*” (Katz 2004:10) Katz beskriver her en ny måde at forholde sig til musik, idet den er fysisk og man kan eje og samle på den.

¹⁰ Betegnelsen *MP3* bruges løbende gennem specialet og dækker ikke kun over digital musik i dette filformat, men over alle typer digital musik.

¹¹ Katz diskuterer blandt andet hvorledes teknologier til lydoptagelse har påvirket jazzens udvikling og hvorledes *sampling* og *DJ battles* kan forstås i lyset af fonografeffekten.

Selve musikken er altså ikke det hele, men æstetikken omkring det fysiske medie, det at se og røre ved musikken, får pludselig stor betydning, idet musikken bliver håndgribelighed. Det fysiske medie hvorpå musikken er fastholdt, kan til tider betyde lige så meget, hvis ikke mere, end den faktiske musik. ”*Record collecting represents a relationship with music that helps us, in some part small or large, to articulate and, indeed, shape who we are.*” (Katz 2004:11) Katz er her inde på, hvorledes det at samle på musik, kan anskues som en aktivitet, der medvirker til at definere samlerens identitet.

Will Straw¹² har også beskæftiget sig med pladesamlingen, og definerer det, at samle på plader som ”*a practice of connoisseurship and systematic consumption. Record collections are seen as both public displays of power/knowledge and private refuges from the sexual or social world.*” (Straw 1997:4) Straws definition fokuserer på pladesamlingen som et middel for indehaveren til at fremvise sin magt og viden, hvilket den i flere tilfælde givetvis fungerer som. Specielt i forbindelse med seriøse samlere og musikentusiaster, er pladesamlingen en måde at fremvise sin kulturelle kapital og markere nogle fælles værdier med andre ligesindede (Hodgson 2002). Straw argumenterer også for, at denne måde at samle på, i høj grad er en aktivitet domineret af mænd; ”*In a circular process, record collections, like sports statistics, provide the raw materials around which the rituals of homosocial interaction take shape.*” (Straw 1997:5) Straws beskrivelse og definition af pladesamlere mener jeg kommer til kort, fordi den i høj grad er rettet mod mandlige seriøse samlere. Jeg er enig at den kan blive brugt som middel til at fremvise magt og viden, men jeg ønsker en bredere beskrivelse der tager højde for den mere almindelige samler. En sådan beskrivelse præsenterer Jay Hodgson der empirisk har undersøgt¹³ hvorledes pladesamlere bruger deres samling og hvad en sådan samling betyder for dem. Hodgson har udgangspunkt i den almindelige musikbruger og opererer derfor med en bredere definition af pladesamlere som lyder ”*anyone who acquires CDs and makes public and/or private use of them.*” (Hodgson 2002) Denne forholdsvis brede definition kan både rumme den

¹² Will Straw er assisterende professor ved institut for kunsthistorie og kommunikation ved McGill University i Montreal.

¹³ Hodgsons undersøgelse er baseret på syv interviews med pladesamlere kombineret med en spørgeskemaundersøgelse. Hodgson har fokuseret på CD-samlere, men de overordnede pointer mener jeg er brugbare i forbindelse med alle former for samlinger af musikoptagelser i artefaktisk form.

seriøse samler der målrettet køber nye plader for at gøre sin samling større, men endnu vigtigere den 'tilfældige samler' (accidental collector) hvis pladesamling ikke er et projekt i sig selv, men i højere grad et *biprodukt* af deres interesse i musik. ”*These collectors acquire CDs following a fluid system of subjective pleasure, and come by their collections because recording technology makes an object of every recorded performance. Their collections are thus by-products of musical experience in the age of recordings (...)*” (Hodgson 2002)

I sin forståelse af pladesamlerens forhold til sin samling, tager Hodgson udgangspunkt i Walter Benjamin (1892-1940) der i et essay om sit bibliotek af bøger beskriver *det at samle* og samlerens forhold til sin samling. ”*Enhver lidenskab grænser jo op mod kaos, og samlerlidenskab grænser op mod erindringens.*” (Benjamin 1998:82) Ifølge Benjamin, og Hodgson, er det ikke den finansielle (eller kanoniske) værdi af objekterne i samlinger der er afgørende, men nærmere det subjektive forhold en samler har til sin samling, som eksempelvis de erindringer samlingen også kan fungere som et arkiv over. Dette forhold har Hodgson også påvist i sin undersøgelse hvor flere respondenter har givet udtryk for, at deres pladesamling ’*fungerer som en slags dagbog*’, ’*fortæller hvem de er*’ og ’*indeholder minder*’ (Hodgson 2002).

Udover den rent materielle værdi en pladesamling kan repræsentere, er der altså også en række individuelle symbolske værdier tilknyttet de forskellige plader, samt samlingen som helhed. ”*As a text, a CD library forms a micro-narrative of the collector's life that s/he reads, or interprets, according to personally and culturally determined variables.*” (Hodgson 2002) Som sådan er pladesamlingen vigtig for den enkelte, idet den kan fremstå eller læses som en fortælling om samlerens liv og som et personligt arkiv over minder. Katz opsummerer; ”*Collecting is about the thrill of the hunt, the accumulation of expertise, the display of wealth, the synesthetic allure of touching and seeing sound, the creation and cataloging of memories, and the pleasures (and dangers) of ritual.*” (Katz 2004:11)

Mobilitet

Mobilitet (*portability*) er det andet træk Katz identificerer som værende karakteristisk for musik som optagelse. Musikkens forankring i et fysisk artefakt har gjort musikken mobil og muliggjort en udveksling af musik fra hele verden. Hvor live musik til en vis

grad er mobil (afhængigt af antallet af musikere og instrumenternes størrelse), vil musikoptagelsen altid være mobil. ”*With recording, however, all music is more or less equally portable, from harmonica solos to the massive works of Mahler.*” (Katz 2004:14) Forudsætningen for at musik overhovedet kan distribueres findes i denne mobilitet som musikoptagelsen og håndgribeligheden medfører. Endvidere har musikkens mobilitet medvirket til, at de sociale rammer, hvori musik bruges, forandres. Før musik som optagelse blev en realitet, var det at lytte til musik altid en kollektiv aktivitet, der eksempelvis fandt sted i kirker eller til traditionelle ritualer som bryllupper og begravelser (Katz 2004:17). I dag fungerer musik både som en kollektiv aktivitet, men i ligeså høj grad som noget der dyrkes alene. Dette er især tydeligt hvis man ser på Sony’s Walkman, der netop faciliterer den individuelle brug af musik.¹⁴

(U)synlighed

Et tredje karakteristisk træk ved musik som optagelse benævner Katz **(u)synlighed** (*(in)visibility*). Begrebet dækker over det forhold, at synligheden mellem musikeren og lytteren ikke er tilstede på en musikoptagelse. En direkte fremførsel af et stykke musik, er ofte akkompagneret af en visuel kontakt mellem kunstner og publikum, der i flere tilfælde er en stor del af hele den musikalske oplevelse. Ved musikoptagelsen er den originale kilde (kunstneren) ikke synlig. Dette blev især opfattet som problematisk på fonografens tid, hvor folk ikke var vant til at høre musik og sang uden en tilhørende menneskelig udøver. ”*Various strategies were employed in the attempt to restore the missing visual dimension to the phonograph experience. The Stereophone and the Illustrated Song Machine, both introduced in 1905, consisted of similar mechanisms that, when attached to cylinder-playing phonographs, rotated images in time with the music.*” (Katz 2004:19) I dag syntes den manglende visuelle dimension ikke at være nær så problematisk, qua vores fortrolighed og erfaring med musik som optagelse. Man kunne måske ligefrem argumentere for, at kunstnerens *usynlighed* på musikoptagelsen er blevet erstattet af selve optagelsen *håndgribelighed* og *synlighed* i form af CD’en eller LP’en og den dertilhørende indpakning.

¹⁴ Michael Bull beskæftiger sig i bogen *Sounding out the city* (2000) med disse bærbare musikafspillere og deres betydningen for individets strukturering af hverdagen.

Gentagelighed

Gentagelighed (*repeatability*) er det fjerde begreb Katz bruger i sin karakteristik af musik som optagelse og samtidigt den egenskab der adskiller musikoptagelsen mest fra live musik. Hvor live musik er unikt og ikke muligt at gentage på eksakt samme måde hver gang¹⁵, er der med musik som optagelse mulighed for at lytte til præcis det samme stykke musik igen og igen. De konsekvenser denne gentagelighed har for musikken, er ifølge Katz særdeles komplekse og gennemgribende, og influerer både lytteren, udøveren og komponisten (Katz 2004:25). I forhold til før, hvor musik hovedsageligt eksisterede som noder og den musikalske oplevelse primært var koncentreret omkring koncerter, har gentageligheden ændret dette forhold således, at musikoptagelsen nu opfattes om musikkens primære medie. ”*For many – perhaps most – listeners, music is now primarily a technologically mediated experience.*” (Katz 2004:26) Dette kan især være et problem i forbindelse med klassisk musik, hvor en optagelse (en fortolkning) af et stykke kan blive opfattet som selve *værket*.

Temporalitet

Det femte af Katzs begreber er *temporalitet* (*temporality*) og refererer til de begrænsninger der især blev pålagt musikerne, af de forskellige formaters maksimale spilletid. Dette var især problematisk før LP'en (long player) blev introduceret i 1948, idet pladerne før dette tidspunkt 'kun' kunne spille 4 minutter, før de skulle vendes. Dette betød blandt andet, at længere musikstykker blev splittet op for at tilpasse dem formatets begrænsninger. Endvidere ansporede disse begrænsninger flere musikere og komponister til at lave musik der holdte sig indenfor denne tidslige grænse.

Modtagelighed

Det sjette træk ved musik som optagelse er *modtagelighed* (*receptivity*), og dette begreb hæfter sig udelukkende til selve studiet hvori musikoptagelsen foregår, samt de teknologier der bliver brugt til formålet. Modtageligheden og følsomheden af de forskellige teknologier der benyttes i studiet til indspilning har betydning for optagelsen, og musikere må som følge heraf indrette sig efter teknologien. Dette var

¹⁵ En eksakt beskrivelse af musikken eller det musikalske værk er derimod mulig i form af noder.

især på tale i starten af 1900-tallet, hvor teknologier til lydoptagelse var af betydelig ringere kvalitet end i dag (Katz 2004:37).

Manipulerbarhed

Slutteligt skal nævnes *manipulerbarheden* (*manipulability*), der ligesom *modtagelig*, hæfter sig til den producerende del af musik som optagelse. Moderne studieteknologier har gjort det muligt at manipulere en optagelse, således at det færdige resultat aldrig ville have kunne eksistere uden disse teknologier. Et banalt eksempel kunne være studieteknikeren der klipper optagelser fra to forskellige dage sammen til et stykke. En mere avanceret brug af disse studieteknikker og teknologier har skabt helt nye lyde og musikgenrer. ”*With the ability to manipulate sound through such a technology, musicians have been able to transcend time, space, and human limitations, and in the process created wholly new sounds, works, genres, and performance traditions.*” (Katz 2004:41)

kapitel 3

musikken og dens medier

I forhold til foregående afsnit, der søgte at præcisere musikoptagelsens universelle eller almene træk og karakteristika, er formålet med dette kapitel, at skitsere den udvikling af musikformater, vi igennem de sidste halvtreds år har oplevet, samt hvorledes de forskellige formater har foranlediget nye omstændigheder for brugen og forbruget af musik. Dette gøres for at kunne placere online musik i rækken af musikteknologier og –medier. Derudover formodes det, som beskrevet i kapitel 1 (se p. 10), at musikkens manifestationer i forskellige medier, har betydning for udviklingen af online musik og de brugspraksisser der måtte opstå. Kapitlet fokuserer hovedsagligt på vinylpladen og –singlen, samt kassettebåndet og CD'en, velvidende at andre formater også har gjort sig gældende i forskellige perioder. I forhold til dette speciales undersøgelsesområde anskues disse formater dog som de væsentligste.

LP'en og singlen

Frem til starten af halvtredserne var det dominerende format grammofonpladen af shellak, eller 78'eren¹⁶ som den blev kaldt. Denne plade havde en maksimal spilletid på 4 minutter på hver side, hvilket, som før nævnt, resulterede i, at længere værker som eksempelvis symfonier blev splittet op. I 1948 udvikler det amerikanske pladeselskab CBS LP pladen (long player) af vinyl, der med en spilletid på op til 30 minutter per side, muliggør, at længere værker kan høres uden afbrydelser. LP pladen benyttede endvidere en ny indspilningsteknik, der resulterede i en markant bedre lyd kvalitet. Samme år introducerer CBS' konkurrent, RCA, syv tommer singlen (45'eren) der har samme høje lyd kvalitet, men med en mere begrænset spilletid kun på 4 minutter. En anden væsentlig forskel på de to formater var omdrejningshastigheden. LP'en drejede

¹⁶ Tallet refererer til pladens omdrejningshastighed på 78 omdrejninger i minuttet.

med 33 omdrejninger i minuttet og singlen med 45 (heraf navnet 45'eren), hvilket betød, at samme pladeafspiller ikke kunne afspille begge formater. Dette resulterede i den såkaldte *battle of speeds* hvor de to selskaber *kæmpede* om markedet og om hvilket format der skulle dominere. En fredelig sameksistens mellem de to formater blev dog senere en realitet og pladespillere der kunne afspille plader ved begge hastigheder blev introduceret på markedet (Coleman 2005:55ff).

Op gennem halvtredserne og starten af tresserne udviklede singlen sig, sammen med radioen¹⁷, som det primære medie hvorved tidens populærmusik nåede sit publikum. I forhold til LP'en, var singlen billigere og havde herved større appel til de unge musikkøbere, som på dette tidspunkt var begyndt at etablere sig som et særdeles købestærkt markedssegment. Endvidere fungerede singlen som en slags *markedstester*, der blev udgivet før hele LP'en kom på markedet, for netop at promovere albummet¹⁸ (Shuker 2001:56). Fremkomsten af hitlister hvor tidens populære toner rangeres, ofte med udgangspunkt i salget af singler, var også en medvirkende faktor til singlens store succes og popularitet blandt unge mennesker. I slutningen af tresserne begyndte LP'en så småt at overtage singlens status som det bedst sælgende format. Denne udvikling kan til dels tilskrives rockmusikken, der med grupper som Beatles i høj grad var med til at gøre LP'en og *musikalbummet som koncept* populært, samt nye tekniske muligheder som eksempelvis stereolyd.

Da LP'en først kom på markedet blev der ikke lavet indspilninger direkte til dette nye format, men i stedet blev det brugt til at samle en kunstners tidligere hits eller udgivelser på. I løbet af halvtredserne og tresserne begyndte der at komme flere og flere udgivelser der søgte at skabe en samhørighed mellem de forskellige numre, og LP'en eller albummet som et kunstnerisk format eller koncept fødes hermed (Grønnestad 1999). Et musikalbum er, ideelt set, ikke bare en række tilfældigt sammensatte sange fra en given kunstner, men i højere grad en sammenhængende kunstnerisk enhed med et overordnet tema eller udvikling, albummet igennem.

¹⁷ Udviklingen af transistoren, samt DJ'ens voksende popularitet, medførte at radiomediet også spillede en stor rolle i udviklingen af populærmusikken.

¹⁸ I dag bruges singler stadigvæk til at promovere albummet, men nu ofte i form af musikvideoen.

Samtidigt begynder den visuelle dimension at spille en større rolle i forbindelse med musikudgivelser. I tresserne begynder Beatles at blande billedkunst ind i deres visuelle fremtoning og på den måde adskille sig fra de traditionelle idolbilleder der ofte fremstod på tidens musikcovers. Coveret til 'A Hard Days Night' fra 1964 benytter således samme serieportrætteknik som popkunstneren Andy Warhol (1928-1987) brugte til sine Marilyn Monroe portrætter. Indpakningen af musikudgivelser udvikler sig op gennem tresserne til en selvstændig kunstform eller genre, hvilket betegnelsen *coverart* (coverkunst) også vidner om. Flere pladecovers har, i ligeså høj grad som musikken, opnået klassikerstatus og fremstår i dag som populærkulturelle pejlemærker, hvilket igen vidner om den visuelle dimensions betydning i forbindelse med musik. Et af de mest berømte pladecovers er Velvet Undergrounds 'the Velvet Underground and Nico' fra 1967, der forestiller en banan designet af Andy Warhol. I første oplag af denne plade var bananen et klistermærke der kunne pilles af (eller skrælles af) og bagved fandtes den skrællede banan.

Walkman'en og Compact Disc'en

Hvor det at lytte til plader på pladespilleren var en forholdsvis stationær aktivitet, markerede Sony's bærbare kassettebåndspiller, *Walkman* (først kaldet *Soundabout*) i 1979, et brud med dette. Kassettebåndet, der var blevet introduceret på markedet af Phillips, havde op gennem halvfjerdserne fungeret som et alternativ til LP'en, og havde i 1979 godt 25% af markedet.¹⁹ Walkman'ens popularitet medvirkede op gennem firserne til at salget af vinylplader dykkede kraftigt og i 1986 var kassettebåndet det bedst sælgende format. Kassettebåndets succes kan til dels tilskrives Walkman'en og den mobilitet denne faciliterede. Muligheden for at *tage musikken med sig* havde ikke i samme grad eksisteret før og Walkman'ens brug af høretelefoner skabte et helt nyt forhold mellem lytteren og musikken; "*the one-to-one experience of music and portability: immediate and intimate, purely individual and somewhat isolating.*" (Coleman 2005:159) Den engelske betegnelse for disse bærbare musikafspillere, *personal stereo*, er meget sigende for måden hvorpå disse blev brugt. De repræsenterer netop en *personliggørelse* af musikken og en måde at lukke af for omgivelsernes lyde

¹⁹ I USA var markedet delt mellem vinylpladen (50%), kassettebåndet (25%) og 8-track båndet (25%). (Coleman 2005:157).

og skabe sit eget *soundtrack*.²⁰ Endvidere muliggjorde kassettebåndet og båndoptageren at brugerne kunne optage musik fra radioen, vinylplader eller andre kassettebånd, og hermed lave deres eget personlige mix af musik. Muligheden for at optage hele plader var også til stede og et stigende salg af tomme kassettebånd førte til at pladebranchen søsatte en kampagne mod *home taping*, dog uden den store succes (Coleman 2005:159).

Udover kassettebåndet, markerede firserne også introduktionen af endnu et format. I 1982 kom *compact disc'en* (CD) på markedet. CD'en var mindre og havde længere spilletid (74 minutter) end vinylpladen og lyd kvaliteten skulle være markant bedre²¹. Selvom salget af CD'er startede forholdsvis langsomt, skulle der alligevel kun gå seks år før der blev solgt flere CD'er end LP'er, og ved indgangen til halvfemserne var salget af LP'er nærmest gået i stå. En medvirkende grund til dette var også industrien, der i dens iver for at udbrede CD formatet, aktivt fjernede vinylplader fra musikforretninger og på måde den begrænsede tilgængeligheden af plader (Coleman 2005:166). I det hele taget var pladebranchen særdeles ivrig efter at gøre CD formatet populært, da dette nye medie var forholdsvis lukrativt for branchen. Selvom det overordnede salg af musikudgivelser i de første par år af halvfemserne var faldende kompenserede CD'ens højere pris for dette. Hertil kom, at en lang række *gamle* udgivelser, nu blev genudgivet på det *nye* og *bedre* CD-format, hvilket igen medvirkede til øgede indtægter for industrien.²² Op gennem halvfemserne steg salget af CD'er og siden 1992 har CD'en været det dominerende format.

Introduktionen af CD'en markerede også skiftet til digitalt repræsenteret musik; noget der senere skulle vise sig at være afgørende for musikkens udvikling, men ved introduktionen især blev fremhævet i forbindelse med den overlegne lyd kvalitet. Men udover lyd kvalitet, resulterede CD'ens digitale egenskaber også i en række nye muligheder for brugen. CD-afspillerens programmeringsmuligheder medførte, at lytteren selv kunne vælge hvilke numre han eller hun ville høre, og i hvilken

²⁰ I firserne var den mere kritiske diskurs omkring brugen af Walkman'en ofte centreret omkring det faktum at brugeren 'lukkede sig af for sin omverden' og de potentielle 'farer' dette kunne medføre (Gay et al. 1997:91-92).

²¹ CD'ens bedre lyd er dog stadigvæk noget der debatteres og *audiopurister* foretrækker ofte den 'bløde' analoge lyd fra vinylpladen.

²² Disse genudgivelser var særdeles "billige" at producere i forhold til helt nye udgivelser.

rækkefølge. Endvidere muliggjorde den såkaldte *shuffle- eller randomfunktion*, at numrene på CD'en kunne afspilles i vilkårlig rækkefølge. Selvfølgelig kunne CD'en også høres fra første til sidste nummer, men uden at lytteren behøvede at rejse sig for at vende disc'en.

Ved introduktionen af CD'en blev coverarealet også kraftigt minimeret i forhold til LP'en, men samtidigt opstod der nye måder at pakke musikken ind på. CD udgivelser er således ofte akkompagneret af en booklet (et lille hæfte) hvor man eksempelvis kan finde tekster til sangene, billeder af kunstneren eller bandet, samt yderligere informationer om udgivelsen. Selve disken er også ofte en del af coverart'en, idet der på den kan trykkes billeder og grafik. Derudover er det blevet mere almindeligt at bruge de såkaldte digipacks, som er lavet pap, i modsætning til den traditionelle plastikindpakning.

Som ovenstående gennemgang vidner om, har udviklingen af nye formater hvorigennem musikken har nået lytteren, været medvirkende til, at både måden hvorpå musikken bruges af lytteren, samt måden hvorpå den sælges, har forandret sig. Selvfølgelig kan denne udvikling ikke alene tilskrives formaterne, men må også holdes op mod den generelle samfundsmæssige og kulturelle udvikling. Pointen er således heller ikke, at nye formater determinerer én form for brug, men nærmere at påpege nogle generelle og overordnede træk ved udviklingen. Udviklingen fra shellakplade til compact disc, har således også været en udvikling mod en *udvidelse af mediets spilletid*, en *forbedring af lyd kvaliteten*, samt en *øget mobilitet* i kraft af en mindre fysisk størrelse. Samme tendenser kan ses, hvis man ser på hvilke formater der efterfølgende (efter CD'en) er forsøgt introduceret på markedet. MiniDisc'en (introduceret i 1992 af Sony) bevarede den gode digitale lyd, men i et endnu mindre format og med mulighed for digitalt at optage musik fra eksempelvis CD'en.²³ Senest har vi oplevet DVD-Audio og SACD (Super Audio Compact Disc), der med løftet om markant bedre lyd er blevet introduceret på markedet. Selvom om forskellige formater er forsøgt introduceret, er stadig ingen af dem i nærheden af at udfordre CD'ens status som det primære medie hvorpå musik sælges.

²³ Idéen med MiniDisc'en var, at den skulle afløse det nu svigtende kassettebånd og måske endda også CD'en (Coleman 2005:172).

første intermezzo

Fokus har indtil nu primært været rettet mod musikken som den har taget sig ud i en *offline* verden. Dette er gjort ud fra antagelsen om, at en ny teknologi eller et nyt medie, må forstås i relation til den eller de teknologier eller medier, den afløser eller bygger videre på. Online musik må således nødvendigvis trække på nogle af de brugspraksisser (og måder at forholde sig til musik) der er etableret gennem mange års offline musikbrug.

Teknologien der muliggjorde optagelse af lyd, medførte også, at lyd blev forankret i et konkret fysisk artefakt eller medie, hvorigennem musikken har kunne nå sit publikum. Med musikoptagelsen blev musikken til *en ting*, til et produkt der kunne sælges, og forudsætningen for den industri der har solgt *optaget musik*, er netop forankringen i et fysisk medie og den tingsliggørelse dette har medført. Musikoptagelsen har endvidere medført, at musikken har fået en række *egenskaber*, som ikke har været tilstede, da musikken kun eksisterede i *nuet*, som direkte fremført musik. Disse egenskaber har medført en række forandringerne i måden musik bruges, forbruges, produceres og fremføres på. Musikken har ændret karakter, fra at være noget uhåndgribeligt og tidsbundet, til at få en fysisk materialitet der kan eksisterer uafhængigt af musikerens tilstedeværelse. Dette har blandt andet resulteret i, at muligheden for at samle på musikken (på lydende) er tilstede og musiksamlinger har i nogle tilfælde udviklet sig til en slags spejling af indehaverens personlighed og liv.

De medier hvorpå musikoptagelsen har været forankret, er løbende blevet ændret og udskiftet, og de forskellige medier, eller formater, har hver især haft indvirkning på tilgangen til musik. Forankringen i et fysisk artefakt har således også medført en *æstetisering* af selve mediet, hvilket eksempelvis kommer til udtryk i fokuseringen på

musikkens *indpakning* og dens *coverart*. Derudover har udviklingen af formaterne udvidet spilletiden, forbedret lyd kvaliteten, samt gjort musikken mere mobil, idet formaternes fysiske størrelse er blevet stadig mindre.

I det næste kapitel rettes fokus mod det medie hvori online musik eksisterer; nemlig computer- og onlinemediet. Dette gøres for at karakterisere mediet og dets funktionaliteter, samt for at beskrive hvorledes mediet adskiller sig fra andre medier. Dette er relevant i forhold til specialets målsætning, idet det her netop antages, at online musik, i kraft af dets forankring i computer- og onlinemediet, byder på noget nyt, i forhold til offline musik.

kapitel 4

internettet & digitale medier

Det følgende kapitel tager udgangspunkt i Niels Ole Finnemann og hans karakteristik af internettet og digitale medier, som han redegør for i bogen *Internettet i mediehistorisk perspektiv* (2005). Kapitlet indledes med at skitsere udviklingen af netværket, fra det tidlige ARPANET til World Wide Web, som vi kender i dag. Herefter beskrives den udvikling mod et femte informationssamfund, som Finnemann hævder vi i øjeblikket oplever, samt computerens særegne egenskaber, som netop danner grundlag for det nye informationsamfund. Sidste del af kapitlet beskriver internettet og dets potentiale, samt dets sammenspil med de andre medier.

Udviklingen af netværket

Internettet består i dag af millioner af computer verden over, der er sammenkoblede i mindre eller større netværk, der igen er forbundet i endnu større netværk. Internettet er således et globalt netværk af forbundne computere, og det benyttes dagligt af millioner af mennesker²⁴. Hvis man skal kaste et kort blik tilbage på nettets historiske rødder, skal disse findes i det såkaldte ARPANET, der blev etableret i USA i 1960'erne. ARPA (*the Advanced Research Projects Agency*) lå under det amerikanske forsvarsministerium, og var blevet oprettet med det formål, at udvikle teknologisk overlegenhed i forhold til Sovjet Unionen. ARPANET var særdeles begrænset i omfang og bandt hovedsagligt de amerikanske universiteters forskningscentre sammen og muliggjorde herved udveksling af forskningsrelateret materiale. Der var stadigvæk kun tale om ét netværk, og ikke de mange *netværk i netværk* der konstituerer Internettet som vi kender det i dag. Nettet udviklede og voksede sig større op gennem 1970'erne

²⁴ Seneste statistik fra Internet World Stats viser at over en milliard mennesker bruger internettet. (Se <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>)

og 1980'erne, idet andre mindre netværk blev koblet sammen med ARPANET, og i slutningen af 1980'erne var mange universiteter og virksomheder *koblet op på nettet* (Castells 2003:16ff). Internettets populære eller folkelige gennembrud kommer i starten af 1990'erne med Tim Berners-Lees opfindelse *World Wide Web* (www) og introduktionen af den grafiske browser *Mosaic*. Integrationen af billeder og tekst på websider, samt browserens forenkling af måden hvorpå brugeren navigerer rundt på nettet, gjorde straks teknologien langt mere attraktiv og anvendelig for den almindelige bruger. I løbet af 1990'erne blev internettet mere og mere udbredt og i 2005 havde 8 ud af 10 danskere således adgang til internettet fra hjemmet.²⁵

Det er værd at bemærke, at internettet ikke er *blevet skabt* ud fra en overordnet vision eller idé. I stedet synes en række forskellige omstændigheder, nogle mere tilfældige end andre, på forunderlig vis, at have fostret dette nye medie, der har fået så stor en rolle i samfundet i dag.

Det femte informationssamfund

Internettets betydning og potentiale har været diskuteret vidt og bredt, og konsekvenserne af denne nye teknologis udbredelse i samfundet, har ofte været forbundet med en antagelse om, at vi er på vej ind i en ny type samfund; et *informationssamfund*. Ifølge Niels Ole Finnemann, er denne antagelse problematisk, idet den forudsætter, at det samfund vi kommer fra, er *noget andet* end et informationssamfund. Finnemann mener, at alle typer samfund kan karakteriseres som informationssamfund, idet de er baseret på kommunikation af information og viden (Finnemann 2005:33). Hvad der adskiller de forskellige typer af informationssamfund, er baseret på de kommunikationsmidler eller medier et givet samfund har til rådighed. Finnemann identificerer fem typer samfund, der har afløst hinanden igennem menneskets historie og som hver især er karakteriseret ved en given konstellation af tilgængelige medier. Denne konstellationen af tilgængelige medier kalder Finnemann for *mediematrixen*, og netop denne mediematrice er afgørende for karakteriseringen af informationssamfundene.

²⁵ Se 'Befolkningens brug af internet 2005', Danmarks Statistik (www.dst.dk)

De fem typer af informationssamfund, som Finnemann identificerer, er som følger.²⁶

1. Samfund baseret på det talte sprog
2. Samfund baseret på tale og skrift
3. Samfund baseret på tale, skrift og bogtryk
4. Samfund baseret på tale, skrift, bogtryk og energibaserede medier
5. Samfund baseret på tale, skrift, bogtryk, energibaserede medier og digitale medier

Som ovenstående vidner om, er udviklingen karakteriseret ved en generel *udvidelse* af mediematricen ved *tilføjelse* af nye typer medier. Der er således ikke tale om, at en ny mediematrice direkte afløser den foregående, men i stedet, at der ved fremkomsten af et nyt medie, sker en omdannelse af den samlede mediematrice. Finnemann beskriver forholdet mellem mediematricerne som ikke-oppositionelt; ”*Forholdet mellem to mediematricer er ikke et forhold mellem to helt forskellige matricer, men derimod et forhold mellem en given matrice, der indskrives og omdannes gennem indplacering i en ny.*” (Finnemann 2005:54) Et historisk tilbageblik vidner da også om, at nye medier ikke nødvendigvis afløser eller erstatter ældre medier. Indførelsen af bogtrykket medførte ikke, at håndskriften forsvandt og da radiomediet blev introduceret bestod avisen fortsat. Ved introduktionen af et nyt medie, der kan noget de tidligere medier ikke kan, sker der i stedet en *restrukturering* af den samlede mediematrice. Denne restrukturering medfører endvidere en *aflastning* af ældre medier, samt en *refunktionalisering* af disse, hvorved nye anvendelsesmuligheder kan fremkomme. Det skal også nævnes, at fremkomsten af et nyt medie, kan ske på baggrund af et informationspres eller overbelastning af de gamle medier (Finnemann 2005:57). Som eksempel på dette kan nævnes talen, der før skriften blev udbredt, ofte blev brugt som en metode til at *gemme* eller lagre viden og erfaringer på, eksempelvis ved hjælp af gentagelser, rim og remser. Indførelsen af skriften, der kunne benyttes til ekstern lagring af viden eller *det talte*, aflastede på den måde talen og frigjorde den til andre formål, som eksempelvis dialog, lokal kommunikation og diskussion (Finnemann 2005:59).

²⁶ Udviklingen fra ét informationssamfund til det næste, er ikke nødvendigvis lineær, forstået på den måde, at et samfund kan *springe et trin over* eller fremkomsten af to medietyper godt kan opstå samtidigt i et samfund (Finnemann 2005:51).

Finnemanns model har især tale og skrift i fokus, hvilket afføder spørgsmålet om dens relevans i en undersøgelse af et primært auditivt medie, som musik. Om dette fokus på sproget skriver Finnemann; ”*Begrundelsen for det sproglige fokus er ikke, at det ville true modellens systematik at inddrage billedrepræsentationens historie, men alene at det ville sprede fremstillingen unødigt i forhold til dens hovedformål.*” (Finnemann 2005:45) Finnemann mener således, at billed- og musikmedier godt kan indpasses i modellen, hvilket også indikeres, hvis modellens faser eksempelvis jævnføres med den overordnede historiske udvikling af musikken. Udviklingen fra sang (tale) over nodenotation (skrift) og trykning og distribution af noder (bogtryk) til gramfonen og radioen (energibaserede medier) og slutteligt online musik (digitale medier) kan således i grove træk sammenstilles med Finnemanns fem faser. Dertil kommer, at Finnemanns perspektiv på digitale medier som noget markant anderledes og nyt, og ikke blot en variation over de energibaserede medier (som Walter Ong eksempelvis foreslår²⁷), harmonerer med dette speciales grundlæggende antagelse om, at online musik netop repræsenterer *noget nyt og anderledes*, i kraft af dets forankring i digitale medier. Hvorvidt den musikhistoriske udvikling, som jeg i det ovenstående antyder, så direkte kan sidestilles med Finnemanns model, vil formentlig kræve en grundigere analyse, der overskrider dette speciales målsætning. Men overordnet set, er dette også mindre væsentligt, idet bevæggrunden for inddragelsen af modellen, ikke har været, at forklare musikkens udvikling fra de første orale samfund og frem til i dag, men netop denne overgang som Finnemann opridser.

Hvad er en computer

Ifølge Finnemann er vi i øjeblikket i en overgangsfase mellem det fjerde og femte informationssamfund. Vi er altså på vej over i et informationssamfund, der er karakteriseret ved fremkomsten af *digitale medier*. Det er derfor nødvendigt at præcisere hvad der ligger i begrebet digitale medier.

Ofte er digitale medier forsøgt beskrevet og karakteriseret med udgangspunkt i en bestemt brugspraksis eller med udgangspunkt i ét bestemt digitalt medie. Finnemanns ærinde er derimod, at undersøge de generelle træk, der er tilstede ved enhver anvendelse af digitale medier. Disse centrale træk findes ifølge Finnemann i

²⁷ Se Finnemann 2005:44

computerens særegne egenskaber. Finne­mann opstiller tre træk for hvorledes computerens indhold behandles.

Computeren kan behandle indhold der

- foreligger i et mekanisk virksomt alfabet
- der organiseres af en algoritmisk syntaks
- med et interface der bestemmer syntaksens semantik (Finne­mann 2005:24)

Af disse tre træk, er det kun det første der er invariant fælles for alle computerprocesser, idet de altid vil være repræsenteret i det binære alfabet, som består af to betydningstomme bogstaver som ofte betegnes *nul* og *et* (Finne­mann 2005:24). Det er således i dette binære alfabet, at indhold som eksempelvis billeder, tekst og musik er repræsenteret. Den binære repræsentation har endvidere den konsekvens, at indholdet, uanset om det er billeder, musik eller et program, kan manipuleres og redigeres på dette binære niveau. Computeren adskiller sig således fra alle andre *maskiner*, *medier* og *tegnsystemer*, idet det binære alfabet faciliterer en tekstualisering af enhver *mekanisk procedure* (Finne­mann 2005:25). I forhold til andre *maskiner*, som eksempelvis uret, telefonen, båndoptageren, skrivemaskinen osv., adskiller computeren sig idet den funktionelle arkitektur i disse maskiner er fysisk indbygget og dermed invariant, hvorimod computerens funktionelle arkitektur er symbolsk defineret i det binære alfabet og ikke indbygget i den fysiske maskine.²⁸ I forhold til *andre medier*, adskiller computeren sig også, idet ”*den kan indeholde/simulere deres fysisk bundne funktionaliteter i en symbolsk og redigerbar form – som sekvenser af redigerbare binære strenge.*” (Finne­mann 2005:26) Slutteligt kan man tale om, at computeren adskiller sig fra tidligere *tegnsystemer* eller skriftsprog, idet den, i samme skriftlige, sekventielle udtryksform, både kan indeholde alle tidligere skriftsprog, men også ikke-skriftlige symbolske udtryk, som eksempelvis billeder (Finne­mann 2005:26). ”*Hvor et givet udtrykssystem før har været knyttet sammen med et givet indholdssystem, har vi nu et udtrykssystem, der kan indeholde alle disse gamle udtrykssystemer og dermed et udtrykssystem, der kan forbindes med en flæthed af indholdssystemer.*” (Finne­mann 2005:26)

Finne­mann sammenfatter karakteristikken af computeren i tre centrale træk:

²⁸ I computeren eksisterer der selvfølgelig også en fysisk bundet arkitektur, men ”*den principielle forskel til andre maskiner består, fordi den fysisk bundne arkitektur netop binder maskinen til at arbejde med det binære alfabet, hvorved den funktionelle arkitektur bliver programmerbar – og dermed redigerbar tekst.*” (Finne­mann 2005:26)

- Der er ingen invariant grænse mellem maskinen og materialet, der behandles.
- Der er ingen invariant grænse mellem program og data.
- Der er ingen invariant grænse mellem den viden, der definerer maskinens funktionelle arkitektur og det vidensindhold, der repræsenteres. (Finnemann 2005:27)

Internettet

Som før nævnt, har digitale medier, og hermed også internettet, medført en rekonfigurering af mediematricen og indvarslet overgangen til et femte informationssamfund. I sin beskrivelse af internettet anlægger Finnemann tre indbyrdes forbundne perspektiver. *For det første* kan det anskues som samfundsmæssig infrastruktur. *For det andet* som et kommunikativt rum med eget interaktionsmønster og formsprog. Og *for det tredje* som en medieringsform der indgår i en specifik sammenhæng (Finnemann 2005:120). I det følgende vil jeg fokusere på Finnemanns udlægning af mediets kulturelle grammatik, der ligger under det kommunikative rum, idet jeg formoder at denne vil kunne medvirke til at belyse nogle af de muligheder internettet foranlediger i forhold til online musik.

Internettets kulturelle grammatik

Finnemann præsenterer begrebet kulturel grammatik, som er betegnende for ”*den prægning, der sker ved implementering og brugen af et givet medie i en given kontekst*” (Finnemann 2005:140) og fremstiller seks egenskaber der er centrale for den kulturelle grammatik.

Det interaktive potentiale. I beskrivelsen af digitale medier, er det ofte disses interaktive egenskaber, der bliver betonet, som noget nyt i forhold til andre analoge medier. Det interaktive potentiale er et forholdsvis bredt begreb, og det kan dække over flere forskellige aspekter og typer af digitale medier. Som eksempler kan nævnes computerspil, hvor brugeren styrer en karakter og hermed præger spillets forløb, eller en hypertext, hvor læseren selv sammensætter teksten²⁹. I forhold til internettet

²⁹ Finnemann påpeger dog, at interaktivitet i forhold til hypertext, ofte kommer til udtryk i selve navigationen frem til indholdet og i mindre grad i selve behandlingen af teksten (Finnemann 2005:143).

fremhæver Finnemann muligheden for interaktiv kommunikation med andre brugere som noget væsentligt. Den interaktive kommunikation på internettet kan komme til udtryk på forskellig vis. Finnemann skelner her mellem kommunikationsformerne *en-til-en*, *en-til-mange* og *nogle-til-nogle*, hvoraf sidstnævnte specielt er en karakteristisk form på internettet (Finnemann 2005:143). Kommunikationsformen nogle-til-nogle er således både et overordnet træk ved internettet, idet der eksempelvis er mange udbydere og læsere af websites, men også som en mere specialiseret del som eksempelvis de mange diskussionsforummer, net-communities, weblogs, mailgrupper, fildelingstjenester osv. Endvidere er det karakteristisk, at denne sociale interaktion både kan foregå asynkront (hvilket adskiller mediet fra eksempelvis radio og tv) og næsten synkront (hvilket adskiller det fra de trykte medier) (Finnemann 2005:143). ”*Det interaktive potentiale er både som hele (integrationen af de mange forskellige former) og i den næsten synkrone nogle-til-nogle-form særegent for dette medie, og det kan bidrage til dannelse og opretholdelse af nye kulturelle kommunikationsmønstre, gruppedannelser og vidensfællesskaber. Det indgår i mediets kulturelle grammatik.*” (Finnemann 2005:143)

Integration af kommunikation og arkiv. Hvor flere, som før nævnt, har betragtet mediets interaktive potentiale som den væsentligste nye egenskab, er det, ifølge Finnemann, integrationen af kommunikation og arkiv der er internettets mest grundlæggende og væsentligste egenskab. Vidensarkiver har eksisteret i mange år som bøger, biblioteker og andre typer arkiver, men med internettet bliver arkivets funktion koblet sammen med de elektroniske mediers kommunikationshastighed og dette er netop det unikke ved internettet (Finnemann 2005:144). Kommunikation og arkiv kan kombineres på et utal af forskellige måder og enhver anvendelse af internettet, medfører således denne kobling. Netværkets integration af hidtil adskilte arkiver medfører, at brugeren får adgang til et enormt lager af viden, hvis adgang før eksempelvis kunne være begrænset af fysisk afstand. Endvidere har brugeren mulighed for selv at bestemme hvornår han/hun ønsker at gøre brug af det materiale der er at finde på internettet, i kraft af den vedvarende tilgængelighed.

Det multisemiotiske potentiale. Computeren og internettet indeholder også et multisemiotisk potentiale, idet det er muligt at operere med semiotisk forskellige grænseflader, samt at bearbejdelsen af indhold kan foregå i forskellige semiotiske

formater. (Finnemann 2005:146) Til forskel fra avisen, film eller tv, der også er multisemiotiske medier, er dette potentiale mere udtalt på internettet, hvor især nye kombinationer af statiske og dynamiske udtryk er særegen.

Nettets potentialer som medie for både offentlig og privat kommunikation. Med internettet eksisterer muligheden for både at kommunikere offentligt og privat, og det at henvende sig til offentligheden kræver grundlæggende blot et indhold, samt nogle simple tekniske færdigheder, hvilket Finnemann betegner som ”*en meget vidtrækkende forandring af betingelserne for offentlig kommunikation.*” (Finnemann 2005:147) Udover nye betingelser for offentlig og privat kommunikation, eksisterer der også en række nye *mellemløser* der før primært eksisterede som ansigt-til-ansigt kommunikation i lokale rum, eksempelvis på kontoret, i forretningen, butikken eller på markedspladsen. ”*Mens disse rum tidligere var underlagt en tids- og stedbundet begrænsning, man skulle være på stedet i åbningstiden, bliver denne begrænsning nu erstattet af symbolske adgangsporte.*” (Finnemann 2005:148) De egenskaber og vilkår der før var fysisk bundne bliver altså her forandret til symbolske variabler, hvilket, som nævnt i foregående afsnit, er en af de grundlæggende egenskaber ved computeren.

Nettets potentialer som både et lokalt, regionalt, nationalt og transnationalt medie. Udover internettets internationale rækkevidde, formår det også at række langt ud i de lokale samfund, i form af lokale netaviser og et stort antal lokale websites, og på den baggrund har nettet mulighed for at blive et stærkt lokalmedie, hvor alle kan komme til orde. Dette er ikke kun gældende for politiske anliggender, men nærmest for alle forhold som vi taler om. Som følge heraf, beskriver Finnemann internettet som det medie, ”*der giver den mest omfattende, alsidige og dækkende afspejling af den menneskelige tilværelse i de moderne samfund.*” (Finnemann 2005:150) Internettet som medie for transnational kommunikation er derimod sværere at beskrive, idet kun lidt viden om de enkelte brugeres adfærd er tilgængelig. Dog er der flere indikationer på, at internettet ”*imødekommer og bidrager til en række forskellige globaliseringstendenser inklusive privatpersoners grænseoverskridende handel med f.eks. medicin, bøger, rapporter, software, musik og pornografi.*” (Finnemann 2005:150)

Nettets potentialer for differentieret kommunikation. Potentialet for differentieret kommunikation på internettet er, ifølge Finnemann, særdeles udtalt, idet mediet ”tillader differentiering i henseende til ethvert tænkeligt kriterium, og det kan gøres både af indholdsudbydere og brugere.” (Finnemann 2005:153) Brugeren kan således vælge indhold der passer lige præcis til dennes interesse og behov, og udbyderen kan differentiere sit indhold i forhold til forskellige målgrupper (Finnemann 2005:153). I forhold til konvergensbegrebet, der i længere tid har været brugt til at betegne den udvikling hvormed forskellige teknologier og medier *smelter sammen*, og et indhold eller koncept spredes ud til flere forskellige medier, mener Finnemann, at det her er mere fordelagtigt at tale om differentiering. Når et indhold eksempelvis skal bruges på mere end én medieplatform, er det således nødvendigt, at differentiere det i forhold til de respektive medier, så de forskellige fordele ved disse medier udnyttes (Finnemann 2005:152).

Internettet og de andre medier

Som tidligere nævnt, medfører indlemmelsen af et nyt medie i mediematricen en restrukturering af den samlede matrice. Det nye medie kan som regel noget de andre medier ikke kan, og dette medfører en række forandringer i forhold til den samlede vifte af medier, der konstituerer en given mediematrice. Det er derfor nødvendigt, at se på de forskellige typer af relationer til de øvrige medier, internettet indgår i (Finnemann 2005:154). Finnemann identificerer seks sådanne relationer, der vil blive beskrevet i det følgende.

For det første er internettet *et medie ved siden af de andre medier*, og det har en række særegne funktioner og egenskaber som ikke findes i andre medier. Som eksempler herpå kan nævnes e-mail, websites, blogs, chat og instant messaging, samt en lang række andre funktioner der ikke tidligere er set i andre medier (Finnemann 2005:154)

Internettet er også *et medie, der kan integrere andre medier*, idet disse kan simuleres i det binære alfabet. På internettet, og i computeren, kan man således både finde digitale udgaver af bøger, aviser og forskellige tidsskrifter, ligesom radioen, telefonen og fjernsynet i mere eller mindre grad er integreret.

Internettet er også *et medie, der kan absorbere andre medier(s funktionaliteter)*. Finnemann beskriver dette forhold således: ”Med absorbering forstås det forhold, at de funktioner og egenskaber, der er bundet til hinanden i et givet medie, nu frit kan udskilles og blandes uafhængigt af den ofte teknisk betingede sammenbinding i det gamle medie.” (Finnemann 2005:156) Man har således mulighed for at kombinere eller blande dele af et fotografi, med andre visuelle udtryksformer som eksempelvis en håndtegning, og levende billeder kan ligeledes blandes med forskellige typer af digitale repræsentationer eller sekvenser. Finnemann fremhæver også genreblandingen af tale og tekst, eksempelvis i form af chat, sms og mail, som eksempler på denne absorbering af funktionalitet (Finnemann 2005:157).

Internettet fungerer også som *et medie, der aflaster andre medier og fremmer refunktionalisering af disse*. I det foregående blev dette blandt andet eksemplificeret med skriften, der *aflastede* talen, og *frigjorde* den til andre formål (se p. 31). Denne tendens kan også ses i forhold til internettet, hvor det eksempelvis kommer til udtryk i forbindelse med nyhedsmedier som avisen. De digitale nyhedsmedier har medført nogle nye omstændigheder for nyhedsformidling, idet disse nu varetager den løbende nyhedsopdatering og overblik. Den traditionelle trykte avis, bliver i den henseende aflastet, og kan i højere grad koncentrere sig om at levere baggrunds-, kultur- og underholdningsstof (Finnemann 2005:158).

Internettet er også *et medie, der kan bruges i baggrunden af andre medier*, både i teknisk og indholdsmæssig forstand. Nettet fungerer eksempelvis i baggrunden i forbindelse med ip telefoni hvor den tekniske transmission af signalet faciliteres af nettet. I forbindelse med pervasive computing, hvor computer- og netteknologi bliver spredt ud til forskellige objekter og apparater som eksempelvis bilen, køleskabet osv., bruges internettet også i baggrunden. Når nettet eksempelvis bliver brugt som informationsværktøj, til at forberede stof der skal publiceres i andre medier, kan man også tale om, at nettet bliver brugt i baggrunden af disse medier.

Internettet fungerer også som *et medie, der kan bruges i samspil med andre medier*, hvilket eksempelvis kommer til udtryk når tv-nyhederne opfordrer seerne til at finde mere materiale om en given sag eller emne på nyhedernes website. Endvidere fungerer nettet også som ”en døgnåben flade, der også kan være en dialogflade, hvor brugere

kan komme i synkron eller asynkron dialog med udbydere, andre brugere, som feed back-kanal og som platform for loyalitetskabende 'brand'-opbygning for et program eller en læser/lytter/seer-gruppe.” (Finnemann 2005:159) Internettet bruges således af en lang række forskellige mediers flermediale strategier, ligesom virksomheder bruger nettet i deres kampagner og kommunikation.

andet intermezzo

Ifølge Finnemann, befinder vi os i øjeblikket i en overgangsfase, på vej mod et femte informationsamfund. Dette informationsamfund er karakteriseret ved fremkomsten af digitale medier, og leder til en restrukturering af den samlede vifte af tilgængelige medier. Computeren, og hermed digitale medier, adskiller sig fra alle tidligere medier, idet den er baseret på et mekanisk virksomt alfabet, bestående af to betydningstomme notationsenheder. Alt indhold i computeren, det være sig programmer, processer, billeder, lyd, tekst etc., er repræsenteret i det binære alfabet, hvilket også betyder, at alt indhold kan forandres, manipuleres eller redigeres på dette binære niveau. Dertil kommer internettet, der tilføjer computeren en kommunikativ dimension, ved at kombinere de elektroniske mediers kommunikationshastighed med de trykte mediers lagerkapacitet.

I det følgende vil jeg, med afsæt i Finnemanns tilgang til computeren og internettet, samt de foregående kapitlers karakteristik af offline musik, rette fokus mod online musik. Dette gøres ved at se på omstændighederne for, og konsekvenserne af, musikkens indlejring i henholdsvis den digitale computer og netværket.

kapitel 5

musikken i computeren

I det følgende rettes fokus mod musikken som den eksisterer i computeren. Der redegøres for konsekvensen og betydningen af musikkens forankring i computermediet, ved at se på musikken nye materialitet. Derudover diskuteres hvorledes musikalbummet og pladesamlingen forandres i mødet med computeren, samt hvordan *playlisten* fremstår og kan anskues som et udtryk for nye digitale mediers indbyggede logik.

Musikkens forankring i computermediet er det mest fundamentale træk ved online musik og hele forudsætningen for, at der overhovedet kan tales om *online* musik. Men samtidigt betyder musikkens repræsentation i det binære alfabet, at de unikke egenskaber der kendetegner computeren³⁰, nu også bliver gældende for musikken. Musikken arver så at sige computerens karakteristiske træk, når den eksempelvis overføres fra en CD til computeren. Dette medfører, at de egenskaber og funktioner, der før var bundet til et formats fysiske materialitet, i computeren bliver variable og manipulerbare. Musik som computerfil eksisterer således på samme binære niveau som alle andre filer og processer i computeren, og kan derfor behandles, manipuleres og distribueres på nøjagtig samme måde som disse. Online musiks forankring i computeren og det binære alfabet har vidtrækkende betydning, og kan nærmest betegnes som en slags *metaegenskab*, idet den netop er grundlaget for de nye funktionaliteter der ligger i og omkring online musik.

³⁰ Se afsnittet 'Hvad er en computer', p. 32

Musikkens nye materialitet

En af de mest tydelige forskelle på offline musik og online musik, er den forandrede materialitet. Hvor ét af de mest karakteristiske træk ved offline musik og musikoptagelsen netop er forankringen i et håndgribeligt fysisk artefakt, der kan ses og røres (jvf. Katzs håndgribelighed, p. 16), ændres dette forhold markant med online musik. Digitaliseringen af musikken og overførslen til computeren, forandrer musikkens faste forankring i det fysiske artefakt og gør den til noget mere *uhåndgribeligt*. Man kan således ikke fysisk røre ved online musik, på samme måde som man kan røre ved de fysiske objekter der repræsenterer offline musik, og det kunne nærmest virke som om musikken var blevet løsrevet eller frigjort fra dens fysiske rammer.

En fuldstændig løsrivelse fra det fysiske medie er dog ikke tilfældet, idet musikken stadigvæk er fysisk repræsenteret på computerens harddisk. ”*Although the actual digital code contained on a (hard)disc by way of magnetic currents is not engraved into the surface as grooves on a record it is just a material as for instance the analogue signal contained on a tape.*” (Bødker 2004:11). I stedet er der tale om en markant forandring af musikkens materialitet, der både influerer musikkens taktile og visuelle egenskaber, men også, som Henrik Bødker påpeger, medvirker til at *destabilisere* forholdet mellem indholdet (musikken) og mediet (Bødker 2004:4). Med destabilisering menes, at musikkens faste forankring i ét artefakt, bliver afløst af en mere løs kobling mellem musikken og artefaktet, og online musik er således i stand til gnidningsfrit at optræde i en række forskellige teknologiske artefakter og medier, som eksempelvis computeren, MP3-afspilleren og mobiltelefonen (Bødker 2004:3).

Musikkens nye materialitet og den forandrede håndgribelighed får også betydning for måden hvorpå musikken tilgås og opfattes. Som beskrevet i kapitel 3, er der omkring musikkens medier, begyndende med LP'en, opstået en æstetisering af selve mediet og den visuelle dimension som coverart'en eksempelvis repræsenterer. Dette aspekt ved musikbruget bliver også udfordret af online musik, idet musikken, når den eksisterer som digital kode i computeren, ikke har noget særskilt *containermedie* tilknyttet, som det eksempelvis er tilfældet med LP'en og CD'en, men i stedet optræder og er indlejret i samme medie som også afspiller den. Man kan således tale om, at container- og

afspilningsmediet i computeren *smelter sammen*, eller, som Finnemann beskriver det, at grænsen mellem program og data i computeren ikke kan opretholdes, idet de begge er repræsenteret i ét og samme alfabet (se p. 33). Den traditionelle indpakning af det musikalske produkt kan således ikke opretholdes i en digital og online kontekst, idet den visuelle og taktile dimension forandres. Dette betyder endvidere, at den kontekstualisering af musikken, som CD'ens eller LP'ens coverart og visuelle design repræsenterer, også forandres. De indgangs- eller paratekster, som musikkens indpakning kan anskues som, eksisterer således ikke på samme måde i computeren, men bliver, som jeg kommer ind på i næste kapitel (se p. 60), afløst af nye måder, at kontekstualisere musikken på.

Den digitale musiksamling

Den nye materialitet som musikkens får i computeren, får også betydning for plade- og musiksamlingen. Som beskrevet i kapitel 2, foranledigede musikoptyagelsens håndgribelighed et nyt forhold til musik, der blandt andet betød at man kunne samle på den. Dette forhold forandres, idet musikken repræsenteres i computeren, hvor de visuelle og taktile egenskaber er markant anderledes. Hvor en *offline* pladesamling optager fysisk plads og hele tiden kan beskues, skal den digitale musiksamling i højere grad kaldes frem, ved eksempelvis at åbne et software-program som *Windows Media Player*, *Winamp* eller *iTunes*. I disse programmer, figurerer de forskellige musikstykker brugeren har på harddisken ofte i en alfabetiseret liste, og pladesamlingens fysiske størrelse bliver her afløst af antallet af spor eller samlingens størrelse målt i megabytes eller gigabytes. Det at vise sin musik frem, og dermed også vise hvem man er, bliver med den digitale pladesamling forandret på grund af den forandrede håndgribelighed og forankringen i computeren. Jeg vil i næste kapitel diskutere hvorledes netværket kompenserer for musiksamlingens forandrede håndgribelighed, ved at facilitere nye måder at vise sin musik frem på.

Måden hvorpå en bruger kan tilgå sin musiksamling ændres også, idet musikken forankres i computeren. Hvor offline musik som regel tilgås via albummet, har brugeren med online musik frit valg til at tilgå musikken på andre måder. Dette er en konsekvens er musikkens binære forankring, der ikke medfører nogen på forhånd givet måde at repræsentere dataene, men tillader dataene at blive udtrykt og repræsenteret på

forskellig vis (Finnemann 2005:24). Albummet behøver således ikke nødvendigvis at være den organiserende enhed i den digitale musiksamling, men er blot én blandt flere mulige. Eksempelvis kan musikken organiseres alfabetisk i forhold til navnene på de enkelte spor, navnet på kunstneren eller genre. En anden måde, der i høj grad adskiller den digitale musiksamling fra de muligheder der eksisterer med en offline musiksamling, kunne være at organisere musikken i forhold til sporenes længde, hvornår de sidst er lyttet til eller hvor mange gange sporene er lyttet til. Muligheden for at organisere musiksamlingen med udgangspunkt i albummet eksisterer selvfølgelig også, men karakteristisk for den digitale musiksamling, er det enkelte spors organiserende funktion.³¹

Måden hvorpå den digitale musiksamling kan organiseres og tilgås, kan forklares yderligere ved at inddrage den russisk-amerikanske *new media* teoretiker, Lev Manovich, der i sin bog *The Language of New Media* (2001), argumenterer for, at fremkomsten af computeren (eller *new media*), har medført at databasen og dennes logik, har fået en fremtrædende plads i forhold til strukturering af data. Mange *nye medie objekter*³² er ifølge Manovich databaser, idet de fremstår som samlinger af forskellige individuelle objekter, uden nogen form for narrativ eller tematisk struktur (Manovich 2001:218). Samtidigt er de forskellige objekter der udgør databasen *lige gyldige*, forstået på den måde, at ingen objekter på forhånd har mere betydning end andre. Den digitale musiksamling kan således anskues som en sådan samling af lige gyldige objekter, som brugeren kan tilgå på forskellige måder eller udføre forskellige *operations* på: ”*They (nye medie objekter) appear as collections of items on which the user can perform various actions – view, navigate, search.*” (Manovich 2001:219) Hertil kommer, at den samme database kan repræsenteres via forskellige interfaces, hvilket kan resultere i forskellige oplevelser baseret på samme database (Manovich 2001:226). Finnemann er ligeledes inde på hvordan indholdet i computeren kan

³¹ I nogle tilfælde kunne man også argumentere for, at det enkelte spor er den *organiserende enhed* i forhold til offline musik. Det drejer sig eksempelvis om singlen, der i som beskrevet i kapitel 3 (p. 22) var et populært format op gennem halvtredserne og tresserne, samt CD singlen. Dog findes der på disse singler oftest mere end ét spor, hvilket gør, at de ikke helt kan sidestilles med det enkelte digitale spor, som det fremtræder i computeren.

³² Manovich bruger begrebet *new media object* som bred betegnelse for alle typer af digitale objekter og repræsentationer; det kunne eksempelvis være et digitalt billede, et computerspil, et website eller internettet som helhed (Manovich 2001:14).

udtrykkes via forskellige interfaces (Finnemann 2005:24) og karakteristisk for den digitale musiksamling, er netop denne valgfrihed i måden den kan tilgås.

Digitaliseringen af musikken har også udvidet den mobilitet som Katz definerede som værende karakteristisk for musikoptagelsen (se p. 18). Dette gør sig både gældende i forhold til internettet, som radikalt forandrer hastigheden hvormed musik kan udveksles, hvilket jeg vil komme ind på i næste kapitel (se p. 51), men også i forhold til det jeg vil kalde *personlig mobilitet*. Denne personlige mobilitet er kendetegnet ved, at musikken, i kraft af førnævnte destabilisering, er i stand til at optræde på små bærbare enheder som eksempelvis MP3-afspillere. Udbredelsen af disse bærbare MP3-afspillere er i løbet af de seneste år nærmest eksploderet, samtidigt med, at kapaciteten også er vokset. I den forbindelse kan nævnes Apples *iPod*, der med en harddisk på op til 60 gigabytes kan indeholde op til 15000 digitale musikspor³³, hvilket svarer til 800-1000 musikalbum. Hele musiksamlinger, der før fyldte en hel reol, kan nu overføres til computeren og herfra videre til den lille MP3-afspiller der kan medbringes overalt. I forhold til eksempelvis Walkman'en eller Discman'en, der kun tillader brugeren af have en begrænset mængde musik med på farten, udvides musikkens personlige mobilitet radikalt med MP3-afspilleren. Muligheden for altid have *den rette musik til den rette situation*, er hermed også forøget.³⁴

Albummet og playlisten

I forlængelse af ovenstående diskussion af albummets forandrede status i musiksamlingen, samt sammensmeltningen af container- og afspilningsmedie, bliver det også tydeligt, at idéen om albummet som helhed eller koncept, bliver sværere at opretholde, når musikken forankres i computeren. Som beskrevet i kapitel 3, markerede LP'en begyndelsen på en udvikling, hvor albummet i højere grad bliver anskuet som en sammenhængende kunstnerisk enhed og hvor de forskellige spor er en del af et samlet udtryk. Dette bliver endvidere forstærket af musikkens fysiske indpakning, der skaber en visuel og taktile æstetik, og i flere tilfælde søger at

³³ Se <http://www.apple.com/ipod/>

³⁴ Denne udvidelse af den personlige mobilitet, samt muligheden for at have større og større mængder musik med *på farten*, kan, ifølge Henrik Bødker, afføde en højere grad af *æstetisk refleksivitet*, idet brugeren, hver gang MP3-afspilleren tages i brug, også skal træffe et valg om hvilket musik han eller hun ønsker at lytte til (Bødker 2004:18).

korrespondere med det musikalske tema på albummet. Når musikkens repræsenteres i computeren, bliver den fysisk bundne linearitet, der eksisterer mellem sporene på eksempelvis LP'en eller CD'en, variabel og manipulerbar. Brugeren har således mulighed for at ændre rækkefølgen på de forskellige spor³⁵, eller slette og tilføje spor, hvilket skaber nogle helt nye omstændigheder for albummet som helhed. Albummet som et færdigt *værk* der læses *lineært* fra første til sidste spor, bliver med forankringen i computeren, i højere grad et spørgsmål om brugerens præferencer og perspektiv på albummet, og ikke noget der udelukkende determineres af teknologien og musikbranchen.

Hvor det traditionelle musikalbum har undergået en forandring i overgangen til computermediet, er en ny type *musikalsk enhed* også fremkommet; *playlisten*. Playlisten er en samling af spor, som brugeren selv har valgt ud fra den samlede mængde tilgængelige spor i den digitale musiksamling. Vi kan her igen inddrage Manovich, der i sin analyse af nye medier, identificerer en række *operations* som er karakteristiske for måden nye medier bruges på og blandt disse er blandt andet *selection*-princippet.³⁶ Ifølge Manovich kendetegnes brugen af nye medier ofte ved, at brugeren foretager en række valg blandt eksisterende elementer; det kunne være at vælge vejen gennem en hypertext, valg af filtre til billedhandling eller i dette tilfælde, ved at udvælge forskellige spor til en playliste. Det er således nærmere reglen end undtagelsen, at *nye medie objekter* skabes ved at vælge og sammensætte eksisterende objekter fra en database. Denne tilgang til kreative processen, denne *cut and paste* logik, som Manovich kalder den, legitimeres til dels af interfacet på de forskellige softwareprogrammer, idet disse operationer er indbygget og standardiseret i programmerne og computeren (Manovich 2001:130). Mulighederne har således været tilstede i de tidligere medier, men nye medier effektiviserer processen. ”*What before involved scissors and glue now involves simply clicking on 'cut' and 'paste'.*” (Manovich 2001:130) Denne effektivisering af processen hvorved brugeren kan vælge og sammensætte nye medie objekter, medvirker også til, at rollen som passiv forbruger af medier, til dels afløses af en mere medskabende og aktiv rolle. ”...*it makes end users*

³⁵ At ændre sporenes rækkefølge er dog også muligt i forhold til offline musik, hvor de fleste CD-afspillere eksempelvis kan programmeres til at afspille udvalgte spor eller afspille sporene i tilfældig rækkefølge.

³⁶ Manovich gennemgår i alt tre *operations*; *selection*, *compositing* og *teleaction*.

feel that they are not just consumers but 'authors' creating a new media object or experience.” (Manovich 2001:125)

Playlisten kan således anskues som et udtryk for denne nye selection-logik, idet brugeren netop skaber sit eget mere eller mindre unikke udtryk, med udgangspunkt i en række færdige objekter. En parallel kan her drages til kassettebåndet, der også tillod brugeren, at sammensætte sit eget personlige mix. Dog effektiviseres denne proces markant af computermediet, samtidigt med, at der løbende kan slettes og tilføjes spor, samt ændres på de forskellige spors rækkefølge. Playlisten kan anskues som et slags personligt album eller soundtrack, til forskel fra det traditionelle masseproducerede musikalbum, hvor brugeren ikke har nogen indflydelse på musikkens sammensætning. Playlisten kan sammensættes til forskellige lejligheder eller ud fra forskellige temaer, som eksempelvis *musik til løbeturen, firserhits, glad musik*, etc.. Personliggørelsen af musikken via playlisten, samt det at underbygge et bestemt humør eller følelse med musikken og playlisten, kom også til udtryk i en undersøgelse³⁷ af tilfældige brugere af bærbare musikafspillere på gaden i New York: *”Playlists come out with friend’s names on them, with addresses of where they have lived, with functions of life such as commuting or exercising. Many playlists are associated with moods – the ‘I’m pissed off’ playlist or ‘I need to mellow’ playlist. I get a tour of each listener’s musical taste, complete with color commentary – a walkthrough of each listener’s musical identity.”* (G’Arcangelo 2005)

I forhold til musikalbummet, der nærmest fungerer som en *færdig pakke*, lægger playlisten op til en individualisering og personliggørelse af musikken, hvor brugeren i kraft af valget (*selection*), sammensætter sin egen musikalske enhed. Denne individualiseringstendens, som markeres af nye medier, sætter Manovich endvidere i relation til generelle samfundsmæssige forandringer, idet han mener, at den korresponderer med det postindustrielle samfunds logik, hvor individualitet vægtes højere end det konforme (Manovich 2001:41). Det postindustrielle samfund er således karakteriseret ved valgfrihed og det enkelte individs præferencer, til forskel fra det industrialiserede samfunds *one-size-fits-all* logik, hvor de forskellige medieprodukter

³⁷ Undersøgelsen blev foretaget af Gideon D’Arcangelo, lektor i kommunikation, New York University, i forbindelse med en radiodokumentar, og foregik ved, at tilfældige forbigående der brugte bærbare musikafspillere blev interviewet angående lyttemaner, musiksmag m.m.

bliver masseproduceret og distribueret til forbrugerne. ”*In a postindustrial society, every citizen can construct her own custom lifestyle and 'select' her ideology from a large (but not infinite) number of choices. (...) New media objects assure users that their choices – and therefore their underlying thoughts and desires – are unique, rather than preprogrammed and shared with others.*” (Manovich 2001:42) Manovich sætter her udviklingen på spidsen og er måske for drastisk i sin vurdering, men interessant er det at bemærke, at tendensen netop kan spores i forskellen mellem albummet og playlisten, og således også mellem offline og online musik.

kapitel 6

musikken i netværket

Jeg flytter nu fokus fra musikken, som den isoleret set eksisterer i computeren, til netværkets betydning for online musik. Dette gøres ved først at se på online musik som vare og på hvorledes internettet skaber nye omstændigheder for akkvirering af musik. Anden del af kapitlet beskriver hvorledes internettet benyttes til andre formål end lige netop distribution. Her kommer jeg ind på de nye måder hvorpå internettet benyttes til at formidle musikalsk identitet, samt på hvordan det benyttes til at opdage musik.

Online musik som vare

Digitaliseringen af musikken og indlejringen i netværket har medført, at musikken har ændret karakter fra at være en fysisk vare til at være en *ren* informationsvare. Før vi går videre vil jeg med udgangspunkt i den amerikanske økonom Hal R. Varian beskrive det karakteristiske ved informationsvarer. Varian definerer som udgangspunkt informationsvarer (*information goods*) som ”*anything that can be digitized*” (Varian 1998) og rammer med denne definition både online og offline musik, idet produktet blot skal *kunne* digitaliseres. Varian fremhæver tre karakteristiske egenskaber for en informationsvare. For det første skal den *erfares* eller *afprøves*, før forbrugeren ved hvad det er. I forhold til musik betyder det, at jeg ikke kan tage stilling til om jeg ønsker at købe musikken, før jeg har lyttet til den. Denne problematik kan løses på forskellig vis; eksempelvis er det almindelig praksis, at forbrugeren kan lytte til en CD i pladeforretning før den købes. De fleste udbydere af online musik tilbyder som regel også forbrugeren at lytte til et spor i 30 sekunder før det købes. Derudover kan andre faktorer, som anmeldelser af musikken eller tilfredshed med kunstnerens tidligere udgivelser, spille ind, når forbrugeren skal tage stilling til køb af en informationsvare. Den anden karakteristiske egenskab for en informationsvare, er, at det er omkostningsfuldt at producere den, men billigt at reproducere den. Det er i princippet

omkostningsfrit at reproducere online musik, i kraft af forankringen i det binære alfabet, og den kopierbarhed det fører med sig. Det tredje karakteristika som Varian opregner, drejer som om informationsvarens *nonrival* egenskaber. Med *nonrival* menes, at en vare kan forbruges af én person, uden at dette forhindrer andre i at forbruge varen. Offline musik er eksempelvis ikke *nonrival*, idet ingen andre kan forbruge lige netop mit eksemplar af Beatles' *Abbey Road*. Online musik er derimod *nonrival*, idet mit forbrug af et stykke musik ikke forhindrer andre i at forbruge den samme musik.

Fra atomer til bits

Som jeg påpegede i foregående kapitel, konstituerer den digitale forankring, online musiks mest grundlæggende egenskab. Musikkens digitalitet og forankring i computeren, er også forudsætning for de nye muligheder for distribution af musik, der afstedkommes af internettet. Hvor forudsætningen for distribution af musik til forbrugeren i en *offline verden* har været forankringen i et fysisk artefakt, ændres dette forhold radikalt med online musik. Steve Jones, professor ved institut for kommunikation, University of Illinois, taler ligefrem om et paradigmeskift i forhold til distributionsmediet, idet det ændres *fra fysisk vare til digital kode* (Jones 2002). Forholdet mellem *det fysiske* og *det digitale*, mellem *atomer* og *bits*, er også genstand for diskussion i Nicholas Negropontes teknologioptimistiske bog, *Being Digital* (1995), hvor han forestiller sig overgangen til et samfund, hvor bit'en har afløst atomet som den primære enhed hvorved informationer udveksles. Negroponte opregner en række forskelle mellem atomet og bit'en, og her pointerer han blandt andet hvorledes bit'en er frigjort fra den fysiske verdens rammer og begrænsninger. En bit har således hverken nogen størrelse, farve eller vægt, og den kan, via netværket, distribueres med lysets hastighed (Negroponte 1995:14).

Negropontes betragtninger kan forekomme banale, men det er netop i denne forskel på atomer og bits, at de nye muligheder for distribution af musik bliver tydelige. Hvor det at købe offline musik, som regel indebærer, at forbrugeren besøger en fysisk butik indenfor den gældende åbningstid, kan online musik akkvireres uafhængigt af tidspunkt og fysisk afstand, hvilket forandrer de temporale og spatiale omstændigheder for køb af musik. Online musik kan således akkvireres på alle tidspunkter af døgnet og

uafhængigt af den fysiske placering af musikfilen³⁸. Disse nye omstændigheder for køb af musik, kan dog også påpeges i forbindelse med køb af fysiske varer på internettet generelt, idet netbutikker som regel har åbent hele tiden. Det er eksempelvis muligt at købe CD'er på alle tider af døgnet hos musikforretninger som *cdon.com* eller *cdwow.com*. Men da der her er tale om distribution af en fysisk vare, skal musikken først sendes fra pågældende forretnings lager, hvilket ofte indebærer en ventetid på flere dage før forbrugeren modtager produktet. Køb af online musik kan også foregå døgnet rundt, men med den afgørende forskel, at musikken nærmest 'ankommer' øjeblikkeligt³⁹ efter købet. Overgangen fra atomer til bits medfører altså både, at musikken kan akkvireres uafhængigt af tid og sted, men også, at hastigheden hvormed musikken distribueres radikalt forøges. Mobiliteten, som Katz definerede som en karakteristisk egenskab ved den fysiske musikoptagelse (se p. 18), bliver endnu mere udtalt ved overgangen til *bitbaseret* distribution, og akkvirering og udveksling af musik kan nu let foregå på globalt plan. "*The information superhighway is about the global movement of weightless bits at the speed of light.*" (Negroponte 1995:12) Hastigheden er også en afgørende faktor for Finnemann, der i sin karakteristik af internettet netop betoner denne som væsentlig. Men udover *de elektroniske mediers hastighed*, inddrager Finnemann også *vidensarkivet*, og det unikke og mest grundlæggende ved nettet, er netop koblingen mellem kommunikation og arkiv (se p. 35). Denne kobling mellem de elektroniske kommunikationsmediers hastighed og computermediets funktion som arkiv, blev, i forhold til musik, første gang tydeligt ved Napsters introduktion i 1999, hvilket også kan medvirke til at forklare dets umiddelbare succes og popularitet. Napster tillod netop dets brugere, at søge i andre brugeres musik, der tilsammen udgjorde et hidtil uset stort arkiv af musik. Hertil kommer muligheden for at downloade musikken *forholdsvist*⁴⁰ hurtigt, hvilket skabte denne helt nye situation for akkvirering af musik. Hastigheden og arkivets omfang, er altså væsentlige parametre, der adskiller akkvirering og distribution af online musik fra offline musik. Dette viste sig også tydeligt i en undersøgelse firmaet *Webnoize* foretog af Napster og grundende til dets popularitet. "...*the popularity of Shawn Fanning's Napster hinged on the volume and variety of music – just about any composition or*

³⁸ Musikfilen vil altid befinde sig på en fysisk computer *et sted i verden*.

³⁹ Dette er afhængigt af hastigheden på købers internetforbindelse.

⁴⁰ Hastigheden hvormed musikken blev downloaded var selvfølgelig afhængig af både afsender og modtagers internetforbindelse. Endvidere betød musikfilens popularitet også noget for hastigheden, idet en bruger kunne risikere at skulle *vente i kø* på at downloade filen.

performance was available. Another important factor was instant gratification. Consumers could get their music whenever they wanted it. Even at 2 a.m., when traditional retailers were closed, Napster did not shut its doors.” (Leigh 2003:4) Her er det også værd at notere, at det faktum at musikken var gratis, blev rangeret som den tredje mest afgørende faktor af undersøgelsens respondenter, hvilket den kommercielle udgave af online musik selvfølgelig får svært ved at overgå.

Salg af online musik

Jeg har nu beskrevet nogle af de nye omstændigheder i forhold til distribution af musik, som opstår i kraft af musikkens indlejring i netværket. I det følgende vendes blikket ud mod nogle af de websites hvor forbrugeren kan købe online musik. Dette gøres for at eksemplificere hvorledes online musik i praksis bliver solgt, samt hvilke funktionaliteter der ligger i og omkring online musik som vare.

Som før nævnt, var Napsters populære gennembrud, en af årsagerne til, at pladebranchen og hele musikindustrien fik øjnene op for online musik. Siden Napster, er et utal af forskellige aktører dukket op på markedet for salg af online musik, og denne udvikling har i løbet af de seneste år også nået Danmark. *TDC*⁴¹ og *Payload*⁴² har etableret sig som udbydere af online musik, ligesom dagligvarekæder som *Bilka*⁴³ og *Føtex*⁴⁴ i dag sælger musik på nettet. Derudover åbnede amerikanske *iTunes Music Store*⁴⁵ sine virtuelle kasseapparater for de danske forbrugere i april 2005. Online musik er stadig i sin vorden og på globalt plan udgør salget af online musik kun 6% af det samlede musiksalg.⁴⁶ Alligevel er dette en tredobling i forhold til året før og med opblomstringen af de legale downloadtjenester og et stadigt stigende salg, tyder det på, at flere og flere fremover vil akkvirere musik online i form af digitale downloads. I december 2004 blev der i England således for første gang solgt flere singler som

⁴¹ <http://musik.tdonline.dk>

⁴² <http://www.payload.dk>

⁴³ <http://musik.bilka.dk>

⁴⁴ <http://www.foetex.dk/musik>

⁴⁵ iTunes Music Store er en del af Apples musikprogram *iTunes* som kan downloades på <http://www.apple.com/dk/itunes>

⁴⁶ Rapport fra IFPI (International Federation of Phonogram and Videogram Producers) offentliggjort 031005. Se http://www.pladebranchen.nu/publikationer/ifpi_press1005.pdf

downloads, end fysisk singler⁴⁷, og i februar 2006 kunne *iTunes Music Store* melde om over en milliard solgte spor på verdensplan.

Måden hvorpå online musik sælges varierer en smule i forhold til de forskellige aktører markedet, men overordnet set tilbyder de fleste udbydere, at musikken enten købes samlet som album, med en lille besparelse, eller som enkelte spor. *iTunes Music Store* sælger eksempelvis enkelte spor til otte kroner stykket og hele albums for 80 kroner. Derudover gøres der på nogle websites brug af forskellige abonnementstyper. Hos det nu legale *Napster*⁴⁸ kan man for cirka 60 kroner om måneden eksempelvis downloade alt den musik man vil. Dog vil den downloadede musik ophøre med at virke hvis abonnementet opsiges. Amerikanske *eMusic*⁴⁹ tilbyder også et abonnement, men med et begrænset antal downloads der ikke ophører med at virke.

Fælles for alle de forskellige musikbutikker er, at forbrugeren selv har mulighed for at vælge hvilke spor han eller hun ønsker at købe, idet de forskellige spor ikke længere er *bundet sammen* af et fysisk materiale, som det er tilfældet med offline musik. Muligheden for at købe enkelte udvalgte spor, er også til stede ved salg af offline musik, men her er det som regel kunstneren og pladeselskabet der har valgt hvilket spor fra et album der skal sælges som single. Undersøgelser har også vist, at overgangen til online musik, har givet singlen en renæssance på bekostning af albummet,⁵⁰ og spørgsmålet er, om udviklingen går i retning af et mere hit- og singleorienteret forbrug, lignende halvtredsernes og tressernes singlekultur (se p. 23). Hvis vi ser på nogle af aktørerne på markedet, bliver det da også tydeligt, at salget af det enkelte spor, singlen, har fået en mere fremtrædende plads end i den fysiske musikbutik. På forsiden hos de fleste online musikbutikker findes således hitlister med de bedste sælgende singler, samt en top 10, 20 eller 30 over de bedst sælgende albums. Dette er dog ikke ensbetydende med, at musikforbruget ensrettes eller homogeniseres, hvilket jeg vil komme ind på i afsnittet 'Musikken og netværket' (se p. 55). Det enkelte spors nye status som *musikalsk enhed*, betyder ikke nødvendigvis, at musikalbummet

⁴⁷ "Downloads overtake singlesales" BBC News 2004
(<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/music/4155385.stm>)

⁴⁸ <http://www.napster.com>

⁴⁹ <http://www.emusic.com>

⁵⁰ "Downloads Make Singles a Hit Again". Washington Post, 2005.
(<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/02/07/AR2006020702051.html>)

som koncept afvikles, men at det, som Henrik Bødker påpeger, i højere grad bliver et spørgsmål om den enkeltes præferencer og et valg der foretages af økonomiske, teknologiske og ikke mindst æstetiske grunde (Bødker 2004:14). Derudover peger Bødker på, at *nye forbrugere*, unge mennesker der er vokset op uden noget æstetisk forhold til musikalbummet, måske i højere grad vil anskue albummet som et *tvunget* køb, for at få et enkelt spor eller to, og disse forbrugere vil i højere grad kunne formodes at fravælge albumformatet. Hvor uenigheden mellem de ældre og yngre generationer, som regel har været baseret på forskellen i musiksmag, kunne man, som Mark Coleman antyder, forestille sig at forskellen mellem generationerne i fremtiden ikke vil være at finde i *hvad* man hører, men i *hvordan* man hører det (Coleman 2005:xiii). Albummet og CD'en er dog stadigvæk det primære format eller medie hvortil musik i dag produceres, hvilket også betyder, at online musik *stammer* herfra. Men når eller hvis fokus flyttes fra CD-mediet som det primære kreative format, til online- eller digitalmediet, kunne man forestille sig en række forandringer, der både vil hæfte sig til musikken som produkt og værk. Som beskrevet i kapitel 3 har de forskellige formater og deres indbyggede forcer og begrænsninger, påvirket musikken. Single-formatet medvirkede til at den tre minutter lange popsang blev populær og LP-formatet bidrog til opfattelsen af albummet som et samlet værk. Med online musik som kreativt medie eller format, vil *temporaliteten* (se p. 20) eksempelvis ophøre med at være en determinerende faktor, og nye muligheder for strukturering af musikværket vil givetvis opstå.

Playlisten

Som beskrevet i foregående kapitel, har musikkens overgang til computermediet også medført, at playlisten er fremkommet som en måde hvorpå brugeren kan organisere og personliggøre sin musik (se p. 45). Dette *nye fænomen* har også fundet vej til de kommercielle udbydere af online musik der netop inkorporerer playlisten på forskellige vis. Hos iTunes Music Store kan brugeren lave et såkaldt *iMix*, som er en playliste brugeren selv har sammensat (selvfølgelig kun af spor som kan købes hos iTunes Music Store). Brugeren kan herefter offentliggøre den og herved lade andre brugere blive inspireret af den eller måske købe hele *iMix*'et. Andre brugere kan endvidere give *iMix*'et karakter alt efter hvor godt de finder det. Den amerikanske udgave af iTunes Music Store har endvidere såkaldte *Celebrity Playlist*, som er spor udvalgt af forskellige kendisser fra musikkens og filmens verden. Forbrugeren kan

med disse playlister få et indblik i *hvad de kendte hører* og se hvorledes deres personlige soundtracks ser ud. En lignende tilgang findes hos TDC Musik, der med konceptet *Kendtes favoritter*, får kendte danske kunstnere til at liste deres yndlingsmusik i forhold til forskellige sammenhænge.

Både det brugerskabte iMix og *de kendtes* playlister viser hvorledes playlisten aktivt bliver brugt af de kommercielle udbydere af online musik. Både som en måde at inddrage brugeren på, som i tilfældet med iMix'et, men også som en måde at tilføre musikken noget merværdi, idet *en kendt* netop har sammensat playlisten.

Musikken og netværket

Udover at fungere som middel til at distribuere og købe musik, faciliterer internettet også andre funktionaliteter i forhold til musikken. I det følgende afsnit belyses nogle af de nye måder hvorpå internettet benyttes til at formidle musikalsk identitet, samt at opdage ny musik.

Musiksamlingen kontra musikprofilen

Ifølge Mark Katz konstituerer den fysiske musiks håndgribelighed et af de mest karakteristiske og væsentligste træk ved musikoptagelsen, og musikkens fysiske materialitet og håndgribelighed har fået konsekvenser for mange aspekter ved moderne musikforbrug; både i forhold til måden musikken når frem til lytteren, men også i forbindelse med brugerens opfattelse af og tilgang til musikken. Som vi har set i dette og foregående kapitel, forandres flere af de forhold der kendetegner offline musik i overgangen til den digitale computer, samt computerens indlejring i netværket. Funktionaliteter og egenskaber der før var bundet til mediets fysiske materialitet bliver i computeren variable og manipulerbare. Dette har, som beskrevet i foregående kapitel, fået betydning for opfattelsen af musikalbummet som en unik, statisk enhed, idet brugeren er frit stillet til at omarrangere, tilføje eller slette spor, samtidigt med, at det fysiske containermedie, i computeren smelter sammen med afspilningsmediet. Hverken det traditionelle musikalbum eller den håndgribelighed offline musik besidder kan altså opretholdes når musikken overføres til computer- og onlinemediet. Dette skaber nogle nye omstændigheder i forhold til det at eje musik og idéen om et originalt værk, og således også i forhold til den traditionelle musik- eller pladesamling.

Som vi så i kapitel 2, kan pladesamlingen både fungere som en slags individuelt narrativ og fortælling om samleren, samt som en måde hvorpå indehaveren kan fremvise sin identitet eller kulturelle kapital (se p. 17). Samleren lægger nogle værdier i det at eje musikken og ud over at lytte til den, kan samleren også se og røre musikken (eller dens fysiske indpakning og container), hvilket medvirker til at opretholde fornemmelsen af ejerskab. Musikken som den eksisterer i computeren besidder ikke disse egenskaber på samme måde, hvilket forandrer måden hvorpå musikken opfattes af den enkelte bruger, men også de måder hvorpå musikken kan vises frem på. Man kunne argumentere for, at overgangen fra fysisk vare til ren informationsvare, medvirker til en form for devaluering af musikken som unikt produkt, idet brugeren ikke ejer musikken på samme måde som en CD eller LP ejes. Online musik kan eksistere i et uendeligt antal kopier, hvilket betyder, at aspekter som *førsteudgaver*⁵¹ eller *begrænset oplag*, der typisk tilfører det musikalske produkt en merværdi i en offline verden, ikke spiller nogen rolle i en digital kontekst. Det musikalske produkts værdi som samlereobjekt kan således heller ikke opretholdes når musikken eksisterer digitalt. Denne forandrede opfattelse af det musikalske produkt, afspejler sig også i den igangværende diskurs om fildeling og musikpirateri, hvor flere tusinde mennesker hver dag downloader musik der krænker ophavsretten, hvilket pladebranchen og antipiratgruppen sidestiller med at stjæle en fysisk CD fra en forretning. Hvorvidt brugerne af fildelingstjenesterne anskuer deres handlinger på samme måde er nok tvivlsomt, hvilket blandt andet kan skyldes den forandrede opfattelse af ejerskab af online musik.⁵²

I forlængelse af dette, kan man argumentere for, at den digitale musiksamling ikke besidder samme identitetsmæssige værdi eller gyldighed som den traditionelle pladesamling, netop fordi den ikke formidler samme personlige og/eller økonomiske engagement. Hvor den traditionelle pladesamling ofte er summen af en længerevarende interesse i musik, samt en betragtelig økonomisk investering, kan den digitale musiksamling i princippet opbygges ved at hente musikken via en ulovlig fildelingstjeneste eller ved simpelthen at kopiere en komplet samling. I stedet for at

⁵¹ Førsteudgaven af specielle CD'er og LP'er er som regel mere attraktive end de efterfølgende tryk.

⁵² Disse betragtninger har ikke til formål at blåstempe ulovlig fildeling og jeg mener også, at flere faktorer gør sig gældende når motivationen for at downloade ulovlig musik skal begribes.

anskue den komplette digitale musiksamling som et udtryk for musikalsk identitet eller kulturel kapital, kan der findes indikationer på, at selve *brugen* af musikken, via netværket, kan benyttes til formidle brugerens musikalske identitet eller *musikprofil*.

Det at lytte til musik ved computeren, kan indgå i en relation med netværket og dette udnytter programmet og websitet *last.fm*⁵³. Last.fm er et website hvor man kan oprette en profil og downloade et plugin⁵⁴ til sin foretrukne musikafspiller (iTunes, Windows Media Player og lignende). Med dette plugin installeret registrerer last.fm den musik som brugeren lytter til ved computeren og katalogiserer den i brugerens profil. Brugeren kan herefter logge ind på sin profil og se oversigter over de sidst afspillede spor, samt lister over de bands og enkelte spor brugeren har lyttet mest til. Derudover kan brugeren se andre medlemmers musikprofiler. Et lignende koncept findes hos websitet *musicmobs*⁵⁵, der ligeledes opbygger en unik profil af brugerens musiksmag ved at tage udgangspunkt i dennes lyttemaner. Om konceptet skriver musicmobs: ”*Musicmobs is all about letting people know what kind of music you’re into. What better way to show off your collection than display everything you’ve ever listened to?*”⁵⁶ Idéen er altså netop at vise hvad man lytter til og ikke bare de musikfiler man er i besiddelse af. Musicmobs lader endvidere brugerne fremvise og dele deres individuelle playlister, hvilket igen er med til at understrege playlisten funktion som en ny måde at organisere og individualisere musik på.

Last.fm og musicmobs kan ses som eksempler på en ny måde at formidle musikalsk identitet på, foranlediget af netværket og teknologiens mulighed for at registrere brugen af musik. Begge websites opbygger for hver bruger en unik musikprofil der er baseret på brugerens lyttemaner, og til forskel fra den statiske musiksamling, fremstår denne musikprofil mere *dynamisk*. Musikprofilen er således foranderlig, idet den hele tiden ændrer sig i forhold til det brugeren i øjeblikket lytter til. Last.fm genererer eksempelvis også en ugentlig liste over brugerens lyttemaner, der således netop kommer til at fremstå som et musikalsk øjebliksbillede eller synkront snit af brugerens musiksmag og musikalske identitet.

⁵³ <http://www.last.fm>

⁵⁴ Et *plugin* er betegnelsen for et lille specialiseret softwareprogram der udvider hovedprogrammets funktionalitet.

⁵⁵ <http://www.musicmobs.com>

⁵⁶ <http://www.musicmobs.com/help>

Differentieret musikforbrug

Udover at fungere som et slags unikt musikalsk fingeraftryk for den enkelte bruger, er formålet med både last.fm og musicmobs også, at skabe et slags community, hvor brugerne kan opdage ny musik via hinandens musikprofiler. Begge websites sætter således brugere med lignende profiler i forbindelse med hinanden, idet hver profil får en række *neighbours* (last.fm) eller *similar users* (musicmobs). En bruger kan således klikke sig frem til brugere med lignende musiksmag og på den måde blive inspireret til at finde ny musik. Last.fm anbefaler endvidere specifikke kunstnere til den enkelte bruger, med udgangspunkt i dennes profil. Last.fm og musicmobs udnytter begge internettets potentiale for differentieret kommunikation (se p. 37), idet anbefalingerne automatisk tilrettelægges den enkelte bruger, med udgangspunkt i dennes unikke musikprofil.

Last.fm og musicmobs er begge baseret på brugerens input og kan som sådan anskues som en slags *social software*. Uden at blive for teknisk kan man sige, at disse websites, eller den software de er baseret på, genererer anbefalinger ved at konstruere modeller over brugernes lyttevaneer, ud fra den grundlæggende præmis, at brugere med overlap i musiksmag, vil have mere tilfælles. Jo flere brugere der benytter systemet, jo større og mere udviklede vil disse modeller blive og jo mere kvalificeret kan systemets anbefalinger forventes at blive. Denne tilgang til at opdage ny musik adskiller sig fra måden ny musik traditionelt formidles på, idet den er så specialiseret og differentieret. Traditionelle massemedier formidler per definition samme information til alle, hvorimod den model som last.fm og musicmobs benytter, tillader at mere nichepræget information, når frem til den rette modtager. Hvis flere musikforbrugere fremover begynder at orientere sig mod denne måde at opdage musik, kan man på længere sigt forestille sig en række forandringer i forhold musikverdenens etablerede hierarki. Den traditionelle *top-down* model, hvor pladeselskabet satser på en kunster som herefter eksempelvis lanceres via reklamer i tv og radio, vil blive sværere at opretholde i en fremtid hvor forbrugere kun udsættes for musik der stemmer overens med deres unikke musikprofil. Dette vil givetvis medføre en mere individualiseret og eklektisk musiksmag hos den enkelte, men på bekostning af den fælles kulturelle referenceramme som den brede populærmusik også medvirker til at opretholde.

I forhold til salg af online musik, gør de forskellige kommercielle udbydere også brug af differentieret kommunikation i forskellig grad. Til forskel fra last.fm og musicmobs, er udgangspunktet for anbefalingen dog ofte brugerens aktuelle valg eller køb, og ikke en samlet musikprofil. TDC Musik bruger eksempelvis den klassiske ”*Kunder, der har købt 'X', har også købt...*”, der især er kendt fra den amerikanske internetboghandel amazon.com⁵⁷. En mere avanceret tilgang finder vi hos iTunes Music Store, der tager udgangspunkt i alle brugerens tidligere køb, når systemet anbefaler musik. Funktionen hedder ’*Just for you*’ og fungerer som en række anbefalinger som brugeren kan tage stilling, og herefter bede om flere anbefalinger. Ligesom last.fm og musicmobs forsøger disse systemer, med udgangspunkt i brugerens input, og ved at sammenligne med andre brugeres køb, at komme med kvalificerede bud på andre udgivelser som kunne have brugerens interesse. Man kan sammenligne disse automatiserede anbefalinger, med den klassiske pladeforretningsekspedient, der som regel altid kan anbefale nyt musik til den interesserede kunde.

Amerikanske eMusic udvider de personlige funktioner, ved at lade brugerne af websitet se hinandens musiksamlinger (som i dette tilfælde er musik købt hos eMusic), dele playlister, samt tilføje hinanden som venner (friends). Ved hvert login bliver man endvidere præsenteret for ’*Your new arrivals*’, som er anbefalinger baseret på tidligere køb, samt sine musikalske *neighbours* som man bliver opfordret til at udforske. Disse naboer er, ligesom last.fm og musicmobs, brugere med en lignende musikprofil, som man kan udforske med henblik på at opdage ny musik.

Mulighederne for at tilrettelægge specifikke informationer til specifikke brugere, således at brugeren tilskyndes til at gå på opdagelse i ny musik, samt muligheden for *øjeblikkeligt* at købe og modtage musikken (se p. 51), skaber nogle nye omstændigheder for musikforbruget, som ikke eksisterede ved køb af offline musik. Forbrugeren kan, i det øjeblik han eller hun præsenteres for eller opdager ny musik, i løbet af få klik lytte til en smagsprøve af musikken, og herefter købe og downloade den. I forhold til at skulle besøge en fysiske forretning indenfor et givet tidsrum, som det er tilfældet ved køb af offline musik, kunne disse nye muligheder medføre et mere spontant musikforbrug.

⁵⁷ <http://www.amazon.com>

Rekontekstualiseringen af musikken

Musikken i en offline verden var, som beskrevet i kapitel 2 og 3, i høj grad et fysisk produkt med en fysisk indpakning. Denne indpakning, i form af pladecover, booklet m.m., og den kontekstualisering af musikken som den repræsenterede, kan ved overgangen til computermediet ikke opretholdes (se p. 43). I stedet får brugeren med internettet *tilbudt* en række nye måder at kontekstualisere musikken på. I dag er det nærmere reglen end undtagelsen at bands og musikere har deres eget website, hvor fans kan finde forskellige typer materiale som eksempelvis biografi, diskografi, billeder, tekster til sange osv. Sådanne websites kan anskues som alternativer til den kontekstualisering af musikken som den fysiske indpakning repræsenterer. Udover de officielle band websites, findes der også lang række andre måder hvorpå brugeren kan kontekstualisere musikken. Musikblogs, anmeldelser, fansites, diskussionsfora og podcasts kan alle fungere som alternative indgangstekster til musikken.

Overgangen til computer- og onlinemediet betyder således ikke, at musikken nødvendigvis mister den visuelle og tekstlige kontekstualisering som *indpakningen* almindeligvis repræsenterer. I stedet kan man sige, som Bødker påpeger, at musikken rekontekstualiseres på baggrund af de nye indgangstekster brugeren kan vælge blandt på internettet (Bødker 2004:17).

kapitel 7

diskussion

Jeg er nu kommet til den afsluttende del af specialet og vil i det følgende samle op på pointer og konklusioner fra de foregående sider, samt diskutere dem i forhold til hinanden og i forhold til specialets overordnede målsætning. Kapitlet afsluttes med at reflektere over specialet som helhed.

Bevæggrunden for arbejdet med dette speciale, har været et ønske om at forstå og afdække konsekvenserne af det medie- eller formatskifte, som musikken i løbet af de sidste 5-10 år har gennemgået, og til stadighed gennemgår. Dette er blevet gjort ved både at anskue online musik som en *ny* musikteknologi, med egne unikke funktionaliteter og omstændigheder for brug og forbrug, men i ligeså høj grad som en forlængelse eller videreudvikling af praksisser opstået omkring tidligere teknologiske udgaver af musik. Specialet har således opereret med en overordnet skelnen mellem såkaldt *offline* musik og den nye *online* musik. Med udgangspunkt i Mark Katzs teknologiforståelse, har jeg antaget, at en begribelse af online musik, nødvendigvis må tage udgangspunkt i forskellene mellem den *nye* teknologi, online musik, og den *gamle* teknologi, offline musik. Denne antagelse foranledigede en karakteristik af musikken som den generelt eksisterer som optagelse, samt en beskrivelse af udviklingen af de forskellige offline musikformater. Herudfra kunne påvises, at musikken, som den eksisterer i en offline verden, i høj grad er baseret på forankringen i et konkret, fysisk artefakt, der faciliterer distributionen af musikken, samt medfører en række omstændigheder for måden musikken bruges og opfattes.

Med udgangspunkt i den forståelse af nye digitale medier, som jeg har opnået på baggrund af Niels Ole Finnemanns karakteristik af computeren og internettet, samt forståelsen af offline musik og dets karakteristiske træk og omstændigheder for brug,

kan jeg nu diskutere specialets overordnede målsætning, der var baseret på følgende spørgsmål:

Hvad betyder computer- og onlinemediet for musikken og hvilke nye omstændigheder for brug og forbrug kan identificeres?

Musikkens forankring i computeren har medført en række markante forandringer. Helt grundlæggende betyder forankringen i computeren og det binære alfabet, at musikken nedarver computerens karakteristiske egenskaber, som defineret af Finneemann. Dette medfører, at de egenskaber eller funktioner, der før var bundet til mediets fysiske materialitet og hermed *konstante*, i computeren bliver *variable* og *manipulerbare*. Dette nye forhold får både konsekvenser for det musikalske produkt og for måden musikken bruges og tilgås.

For det første forandres den faste *håndgribelighed* som offline musik besidder. Denne håndgribelighed erstattes af en mere løs kobling mellem musikken og mediet den eksisterer på. Musikken er således ikke længere bundet til et fast medie, men kan i stedet optræde i forskellige medier og teknologiske artefakter. Når hele musiksamlinger eksempelvis optræder på små bærbare musikafspillere, udvides den personlige mobilitet således radikalt. Samtidig betyder musikkens binære repræsentation, at distinktionen mellem afspilnings- og containermedie, ikke længere kan opretholdes, hvilket får konsekvenser for opfattelsen af albummet som en distinkt unik helhed. Dette forstærkes yderligere af forandringer i musikkens taktile og visuelle dimension. Indpakningen af musikken, og den kontekstualisering denne repræsenterer, kan med indlejringen i computermediet således heller ikke opretholdes. I stedet kan man tale om, at internettet foranlediger en rekontekstualisering af musikken, idet brugeren her kan vælge mellem en række alternative måder at kontekstualisere musikken.

Musiksamlingens rolle bliver også forandret med forankringen i computeren, idet den ikke længere besidder samme fysiske materialitet og ikke kan tilgås og vises frem på samme måde som en offline pladesamling. Hvor musikken i en offline pladesamling almindeligvis tilgås med albummet som den organiserende enhed, bliver det med

forankringen i computeren valgfrit hvorledes brugeren ønsker at organisere og tilgå samlingen.

Musikkens forankring i computeren betyder også, at den faste sekventielle organisering af sporene på musikalbummet bliver variabel. Dette medfører, at brugeren kan ændre rækkefølgen på sporene eller slette enkelte spor, hvilket igen medvirker til forandringer i opfattelsen af musikalbummet. Derudover har forankringen i computeren skabt *playlisten* som en ny måde at organisere og tilgå musikken på. Playlisten kan anskues som et slags personligt album, som brugeren sammensætter ud fra egne kriterier og til forskellige lejligheder. Processen hvormed playlisten sammensættes kan endvidere betragtes som et udtryk for en ny *selection-logik* der faciliteres af computeren og som er karakteristisk for brugen og kreationen af nye digitale medier.

Udover de omstændigheder der foranlediges af musikkens indlejring i computermediet, bliver musikken med internettet også en del af et globalt netværk af computere, hvilket tilføjer musikken en kommunikativ dimension; både i forhold til distribution og akkvirering af musik i digital form, men også i forhold til selve brugen af musik.

Distribution og akkvirering af online musik, adskiller sig fra måden fysisk offline musik almindeligvis distribueres og akkvireres. Online musik kan akkvireres på alle tidspunkter af døgnet og den fysiske afstand, som traditionelt er en væsentlig faktor ved køb af varer i en offline verden, spiller ingen rolle i en online kontekst. Digital kode kan nærmest distribueres med *lyssets hastighed*, hvilket også medfører, at forbrugeren modtager musikken øjeblikkeligt efter købet. Online musik som vare har endvidere en række karakteristika der adskiller den fra almindelige fysiske varer. Et væsentligt aspekt i denne sammenhæng er, at musikken, idet den er digitalt repræsenteret, kan eksisterer i et uendeligt antal kopier, hvilket betyder, at den principielt aldrig kan blive udsolgt. Dette kan medføre forandringer i opfattelsen af musikproduktet som en unik enhed og dermed også i opfattelsen af ejerskab.

Måden hvorpå online musik sælges af de kommercielle udbydere, forstærker endvidere de forandringer i forhold til det traditionelle musikalbum, som indlejringen i computeren afstedkom. Forbrugeren kan således både købe online musik som enkelte spor og samlet som album. Dertil kommer playlisten, som flere udbydere gør brug af;

både som en måde at inddrage forbrugeren på og som en alternativ måde at samle individuelle spor på. Endvidere udnyttes internettets potentiale for differentieret kommunikation i høj grad af de forskellige udbydere. Dette kommer eksempelvis til udtryk som individuelle anbefalinger der har udgangspunkt i brugerens tidligere køb eller aktuelle valg.

Udover at fungere som en middel til at distribuere og akkvirere musik på, tilvejebringer netværket desuden nye omstændigheder i forhold til at vise og opdage musik. I forhold til den traditionelle musiksamling, kan der med musikkens overgang til de digitale medier og internettet, argumenteres for, at samlingens identitetsmæssige værdi devalueres, idet den ikke formidler samme økonomiske og personlige engagement, som den traditionelle fysiske pladesamling. Der kan i stedet påpeges en ny tendens i forhold til formidling af musikalsk identitet, der går fra at *eye* musikken til at *bruge* musikken. Dette eksemplificeres af to websites der netop konstruerer en unik og personlig musikprofil for den enkelte bruger, med udgangspunkt i den faktiske brug af musikken. I forhold til den statiske musiksamling, fremstår musikprofilen mere foranderlig, idet den løbende opdateres med input fra brugeren. Musikprofilen kan endvidere benyttes som udgangspunkt for musikanbefalinger, samt til at sætte brugere med lignende profiler i forbindelse med hinanden. Netværket foranlediger således også helt nye måder at opdage musik på, der i høj grad tager udgangspunkt i den enkeltes smag eller musikalske fingeraftryk.

Det samlede perspektiv

Online musik indskriver sig i en overordnet medieudvikling og orientering mod computer- og onlinemediet. Denne udvikling kan anskues som en del af en mere generel samfundsudvikling mod et femte informationssamfund, der netop er karakteriseret ved fremkomsten og tilføjelsen af digitale medier til den samlede vifte af tilgængelige medier. Disse digitale medier har nogle helt særlige egenskaber der adskiller dem fra alle tidligere medier, hvilket også afspejler sig i dette speciales undersøgelse af online musik. Det er således tydeligt, at musikkens overgang til og indlejring i computer- og onlinemediet, har medført nogle markante forandringer i forhold til måden hvorpå det musikalske produkt fremstår, samt i måden det tilgås af brugeren.

Online musik som nyt musikformat placerer sig i forlængelse af tidligere formater, og hvis vi anskuer det i denne sammenhæng, viderefører online musik tendensen mod en generel udvidelse af formatets spilletid og en øget mobilitet. Man kan ligefrem tale om en radikal udvidelse af disse tendenser, idet formatets spilletid med online musik principielt er ubegrænset, samtidig med at den digitale distribution foranlediger en hidtil uset mobilitet. Derudover influeres musikoptagelsens mere generelle egenskaber også af digitalteknologien, hvoraf det mest iøjnefaldende er den forandrede materialitet og håndgribelighed, der afstedkommes af forankringen i computer- og onlinemediet.

Computerens transformering af musikkens konstante egenskaber og funktionaliteter til variabler, har medført en forandring af brugerens rolle i forhold til tilgangen og brugen af musik. Online musik stiller brugeren overfor en række valg, der ikke var aktuelle ved offline musik og via disse valg kan brugeren selv præge det musikalske produkt. Dette gør sig gældende når brugeren ændrer den sekventielle organisering af albummets spor, når brugeren vælger hvorledes den digitale musiksamling skal organiseres eller når brugeren sammensætter en personlig playliste ved at udvælge en række forskellige spor. Dertil kommer internettet, hvorigennem brugeren eksempelvis kan vælge hvordan den digitale musik skal kontekstualiseres. Rollen som passiv forbruger af en masseproduceret musikvare er med online musik under omformning, og de tendenser og muligheder jeg i dette speciale har påpeget, kan anskues som et skridt i retning af en mere medskabende eller aktiv bruger- og forbrugersrolle.

I forlængelse af ovenstående, kan man også argumentere for, at det musikalske produkt er under omformning. Både rent fysisk, hvor forankringen i computeren og netværket forandrer den faste håndgribelighed og fysiske fremtoning som offline musik besidder, og i forhold til indholdet, der bliver variabelt og manipulerbart. Det musikalske produkt som en lukket afgrænset enhed, er i forhold til online musik svær at opretholde, hvilket kan få konsekvenser for brugerens fornemmelse af at besidde musik. Dette afspejler sig også i de tendenser jeg har påpeget i forhold til musiksamlingens funktion i en online kontekst, hvor det indikeres at selve *brugen* af musikken kan have større identitetsmæssig betydning end *ejerskab*.

Afslutningsvis skal nævnes, at online musik som format stadig er ungt, og det er først nu begyndt at få fodfæste på det kommercielle marked for salg af musik. Til forskel fra tidligere formater, som alle er blevet sanktioneret af musikindustrien, har udviklingen af online musik i høj grad været præget af innovative bruger. Online musik er således ikke *blevet født* med en række på forhånd givne egenskaber og funktioner, men har i stedet gennemgået en løbende udvikling, og har givetvist ikke fundet en fast form endnu. Hvorvidt vi i øjeblikket befinder os i en overgangsfase, der vil ende med en total udfasning af musik som fysisk produkt, kan man kun gisne om. Offline musik har, i kraft den fysiske håndgribelighed, stadigvæk en række egenskaber og kvaliteter som ikke umiddelbart lader sig overføre til det digitale domæne. Musikken har i en offline verden nærmest været synonym med mediet hvorpå det er lagret, hvilket har præget opfattelsen af hvad musik er. Men på samme måde, som det på fonografens tid først blev opfattet som mærkværdigt at lytte til musik uden tilstedeværelsen af en udøvende musiker, kunne man forestille sig, at vi blot skal vænne os til at opfatte musik, uafhængigt af det fysiske medie.

Afsluttende refleksioner

Afslutningen af specialet er nu nået, og jeg ønsker slutteligt kort at reflektere over specialets tilgang og helhed.

Tilgangen til specialets emneområde, har været baseret på ønsket om en bred afdækning af computer- og onlinemediets betydning og konsekvenser for musikken, samt brugen af denne. Som specialet er skredet frem, har disse betydninger og konsekvenser vist sig mere omfattende end først antaget, hvilket har medført, at undersøgelsens område også er blevet bredere. Denne bredde kan have resulteret i en mere overfladisk behandling af nogle af aspekterne omkring online musik, hvilket selvfølgelig kan kritiseres. Jeg har dog vurderet, at den forholdsvis brede tilgang har medvirket til at indfange de forskellige facetter ved online musik, og således givet en mere fyldestgørende afdækning af området.

Min tilgang til emnet har endvidere været præget af en begejstring for online musik og en optimisme i forhold til mulighederne i teknologien. Dette forhold kan have

begrænset den mere kritiske stillingtagen til problemstillingerne, men har samtidig medvirket til en åbenhed overfor potentialet i online musik.

Udgangspunktet for diskussionen af online musik, har været Niels Ole Finnemanns beskrivelse af internettet og digitale medier, samt Mark Katzs teknologi- og musikforståelse. Retrospektivt må jeg konstatere, at det hovedsagligt var Finnemanns computerdefinition, samt Katzs håndgribelighedsbegreb, der fik den største gennemslagskraft og vægt i den faktiske diskussion. En højere grad af refleksion over begrebernes anvendelighed kunne have været ønsket i specialets indledende fase. Derudover kunne Lev Manovichs perspektiver med fordel have været inddraget i specialets kapitel 4, for at skabe et mere applicerbart begrebsapparat.

litteraturliste

[Benjamin 1998]

Benjamin, Walter: *Jeg pakker mit bibliotek ud*. In: Benjamin, Walter: *Kulturkritiske essays*. Gyldendalske Boghandel, Nordisk Forlag A.S., 1998

[Bolter og Grusin 2002]

Bolter, Jay David; Grusin, Richard: *Remediation*. First MIT Press paperback edition, 2002

[Bull 2000]

Bull, Michael: *Sounding out the city: Personal stereos and the management of everyday life*. Oxford, 2000

[Bødker 2004]

Bødker, Henrik: *The Changing Materiality Of Music*. Skrifter fra Center for Internetforskning, Printed at Trøjborgtrykkeriet, The faculty of Arts, University of Aarhus, 2004

[Castells 2003]

Castells, Manuel: *Internet Galaksen*. Systime, 2003

[Coleman 2005]

Coleman, Mark: *Playback: From the victrola to mp3, 100 years of music, machines, and money*. Da Capo Press, 2005

[D'Arcangelo 2005]

D'Arcangelo, Gideon: *The New Cosmopolites: Activating the Role of Mobile Music Listernes*.

http://www.viktoria.se/fal/events/mobilemusic/papers/Darcangelo_mmt05.pdf

[Finnemann 2005]

Finnemann, Niels Ole: *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. Forlaget Samfundslitteratur, 2005

[Gay et al 1997]

Gay, Paul du; Hall, Stuart; Janes, Linda; Mackay, Hugh; Negus, Keith: *Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman*. SAGE Publications, 1997

[Grønnestad 1999]

Grønnestad, Dag: *To be or on the net to be. Om musikkalbum, Internett og bundling av kulturvarer*. Paper til 14. Nordiske konferansen for medie- og kommunikasjonsforskning, 1999

<http://www.jmg.gu.se/fsmk/papers/gronnestad.html>

[Hodgson 2002]

Hodgson, Jay: *Unpacking the CD Library. Discourses in Music*, Volume 3, Number 3, 2002

<http://www.discourses.ca/v3n3a2.html>

[Johnson 1997]

Johnson, Steven: *Interface Culture*. Basic Books, 1997

[Jones 2002]

Jones, Steve: *Music that moves: Popular music, distribution and network technologies*. In: *Cultural Studies*. Volume 16: 213-232. Routledge, 2002

[Kasaras 2001]

Kasaras, Kostas: *Music in the age of free distribution: Mp3 and society*. Firstmonday.org, 2001

http://firstmonday.org/issues/issue7_1/kasaras/index.html

[Katz 2004]

Katz, Mark: *Capturing Sound: How technology has changed music*. University of California Press, 2004

[Leigh 2003]

Leigh, Phil: *Online Music Starts Rocking*. Inside Digital Media, 2003
<http://www.insidedigitalmedia.com/research/rocking.pdf>

[Negroponte 1995]

Negroponte, Nicholas: *Being Digital*. Hodder and Stoughton, 1995

[Manovich 2001]

Manovich, Lev: *The Language of New Media*. The MIT Press, 2001

[Nielsen 2001]

Nielsen, Henrik Kaare: *Digitaliseringen og kulturen*. In: Bertelsen, Lars Kiel og Pold, Søren: *D-Day på kasernen. 7 foredrag fra konferencen "Æstetik og Digitalisering: Tradition eller Revolution?"*. Udgivet af de æstetiske fag på Aarhus Universitet i samarbejde med Multimedieuddannelsen, forskningsrådenes Center for Multimedier og Fællesæstetisk Forskergruppe, 2001
<http://imv.au.dk/~pold/dday/Ddag.pdf>

[Postman 1992]

Postman, Neil: *Technopoly*. Alfred A. Knopf, Inc., 1992

[Rasmussen 1995]

Rasmussen, Terje: *Moderne Maskiner*. Pax Forlag, 1995

[Shuker 2001]

Shuker, Roy: *Understanding Popular Music*. Routledge, 2001

[Straw 1997]

Straw, Will: *Sizing Up Record Collections*. In: Whiteley, Sheila: *Sexing the Groove*. Routledge, 1997

[Taylor 2001]

Taylor, Timothy D.: *Strange Sounds: Music, Technology, and Culture*. Routledge, 2001

[Varian 1998]

Varian, Hal R.: *Markets for Information Goods*. University of California, Berkely, 1998

<http://www.sims.berkeley.edu/~hal/Papers/japan/japan.pdf>

Internetartikler

Befolkningens brug af internet 2005. Danmarks statistik, 2005
www.dst.dk

Downloads overtake singlesales. BBC News, 2004
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/music/4155385.stm>

IFPI rapport
http://www.pladebranchen.nu/publikationer/ifpi_press1005.pdf

Downloads Make Singles a Hit Again. Washington Post, 2006
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/02/07/AR2006020702051.html>

Alle internet-referencer er tjekket 16. juni, 2006.