

Renate Solheim

## En safari gjennom musikkens jungel

En kvalitativ studie om unge menneskers bruk og forhold til musikkstrømmetjenester og musikk

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi  
Veileder: Hendrik Storstein Spilker

Juni 2021



Renate Solheim

## **En safari gjennom musikkens jungel**

En kvalitativ studie om unge menneskers bruk og forhold til musikkstrømmetjenester og musikk

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi  
Veileder: Hendrik Storstein Spilker  
Juni 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap



Kunnskap for en bedre verden



# Sammendrag

Dette er en kvalitativ undersøkelse med fokus på unge menneskers bruk og forhold til musikk og musikkstrømmetjenester. Hensikten har vært å se nærmere på hvordan musikkstrømmetjenester og musikk blir tatt i bruk, samt hvilken betydning musikk har i deres liv. Med bakgrunn i dette ble det gjennomført åtte dybdeintervju av unge mennesker i alderen 24 til 29 år i februar 2021. Disse dybdeintervjuene danner dermed datagrunnlaget for selve analysen.

For å kunne besvare spørsmålene som stilles har det blitt tatt utgangspunkt i redegjørelser av sentrale teoretiske perspektiver og begreper som domestisering, strømmetjenester, perspektiver på musikkbruk og algoritmer. Det har også blitt tatt utgangspunkt i tidligere studier gjort på brukeres holdninger til algoritmiske anbefalingsfunksjoner i musikkstrømmetjenester.

Oppgavens hovedfunn viser seg når det kommer til hvor forsvinnende lite musikkens rolle har som identitetsmarkør ved at det ikke lenger er mulig å se et skille mellom musikkbruk, interesse og smak. Uavhengig av hvor musikkinteressert informantene har beskrevet seg selv som, skimter de alle med et relativt høyt forbruk av musikk og musikkstrømmetjenester, i tillegg til viser alle til en forholdsvis lik smak – en smak som i denne oppgaven blir beskrevet som modnet og uspesifisert, da den har utviklet seg til å bli mer åpen og tolerant med alderen. I den tidligere utviklingen av musikkstrømmetjenester var et av fokusområdene å implementere verktøy som skulle oppmuntre brukerne til samhandling og deling, likevel er det klare funn på at dette er noe som opptar brukerne svært lite, tatt i betraktning av at det både fremstår som uinteressant og en unødvendig funksjon. Musikk blir også for enkelte sett på som noe for privat til å dele med omverdenen, og flere viser til et behov for selvkontroll når det kommer til offentliggjøring og skjuling av egen musikksmak.

Flere av informantene forteller også om en positivitet ovenfor det enorme musikkinnholdet musikkstrømmetjenestene tilbyr dem, og trekker særlig frem enkeltheten ved å finne og oppdage nytt innhold med bakgrunn i hvordan tjenesten har blitt bygd opp. Likevel er det andre som mener at det her oppstår et såkalt bruk og kast forhold, da man ikke lenger klarer å skape et langvarig forhold til den musikken man lytter til ved at mulighetene for å gå videre til noe annet er for enkelt. Det er likevel denne enkeltheten eller bekvemmeligheten som ser ut til å appellere til informantene når det kommer til deres kontinuerlige engasjement med musikkstrømmetjenester. Mens tidligere studier peker på utviklede strategier og bruksmønstre i møte med algoritmene og anbefalingsfunksjonene musikkstrømmetjenestene innehar, blir det i denne oppgaven vist til et motstandsløst forbruk hvor det å følge strømmen og de direktivene som følger med teknologien preger bruken.

# Abstract

This is a qualitative study focusing on young people's use and relationship with music and music streaming services. The purpose has been to take a closer look at how music streaming services and music are used, as well as the significance music has in their lives. Based on this, there were conducted eight in-depth interviews of young people between the ages of 24 to 29 years in February 2021. These in-depth interviews then form the analysis itself.

In order to be able to answer the questions asked, the starting point has been explanations of key theoretical perspectives and concepts such as domestication, streaming services, perspectives on music use and algorithms. It has also been based on previous studies done on users' attitude towards algorithmic recommendation functions in music streaming services.

The main findings of the thesis show when it comes to music's disappearing role as an identity marker in that it is no longer possible to discern a distinction between music use, interest and taste. Regardless of how interested in music the informants have describes themselves as, they all glimpse with a relatively high consumption of music and music streaming services, in addition to the fact that everyone refers to a relatively similar taste – a taste that in this thesis is described as matured and unspecified, as it has evolved to become more open and tolerant with age. In the previous development of music streaming services, one of the main focus areas was to implement tools that would encourage users to interact and share. Yet there are clear findings that this is something that concerns the users very little, considering that it appears both uninteresting and an unnecessary function. For some, music is seen as something too private to share with the outside world and several points to a need for self-control when it comes to publishing and hiding one's own taste in music.

Several of the informants talk about a positivity towards the enormous music streaming services offer them, and emphasize in particular the simplicity of finding and discovering new content based on how the service has been structured. Nevertheless, there are others who believe that a so-called use-and-throw relationship has arisen, as you can no longer create a long-term relationship with the music you listen to, as the possibilities of moving on to something else are too easy. Yet it is this simplicity or convenience that seems to appeal to the informants when it comes to their continuous engagement with music streaming services. While previous studies point to developed strategies and usage patterns in meeting the algorithms and recommendation functions of the music streaming services, this thesis refers to an irresistible consumption where following the flow and the directives that come with the technology characterize the use.

# Forord

Denne oppgaven markerer slutten på sju år som student, noe som både er skummelt og veldig godt å tenke på. Min tid på masterstudiet medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi har vært veldig lærerikt og jeg har blitt kjent med noen herlige mennesker gjennom disse to årene.

Det å skulle jobbe så intensivt med den samme oppgaven i nesten seks måneder har til tider vært veldig krevende, men også en liten befrielse da jeg har hatt muligheten til å se nærmere på noe jeg bruker enormt mye av min tid på – musikk og musikkstrømmetjenester. Oppgaven hadde dog ikke blitt ferdig hadde det ikke vært for noen sentrale personer; først og fremst vil jeg takke min veileder Hendrik Spilker for gode innspill og tilbakemeldinger gjennom hele prosessen, i tillegg til at du har vist en genuin interesse for mitt valgte tema og de funnene jeg nå står med! Videre vil jeg takke mine medstudenter for to fine år med kakefredag på lesesalen, frustrasjonsdeling og en hel del latter gjennom det hele!

Jeg vil også rette en stor takk til Ine og Anne-Maren; hadde det ikke vært for dere hadde nok ikke denne oppgaven blitt ferdig til fristen! Takk for gode råd, et spark bak når jeg har trengt det, lange gåturer rundt om på Dragvoll, faste og lange lunsjpauser og konstruktive tilbakemeldinger.

Tilslutt vil jeg også takke alle informantene som har stilt opp i denne oppgaven, uten dere hadde ikke dette vært mulig!

Trondheim, juni 2021

Renate Solheim





# Innhold

1	Innledning .....	1
1.1	Introduksjon.....	1
1.2	Oppbygning av oppgaven.....	3
2	Teoretisk rammeverk .....	4
2.1	Domestisering av teknologi.....	4
2.2	Strømmetjenester .....	6
2.3	Perspektiver på musikkbruk.....	8
2.3.1	Musicking.....	9
2.3.2	Deling av musikk .....	10
2.3.3	Oppdagelse av musikk .....	11
2.3.4	Algoritmer og anbefalingsfunksjoner .....	12
2.3.5	Holdninger til algoritmebaserte anbefalingsfunksjoner .....	13
3	Metode .....	15
3.1	Metodevalg.....	15
3.2	Utvalgskriterier .....	15
3.3	Intervjuguide.....	16
3.4	Gjennomføring av intervju .....	17
3.5	Behandling av datamaterialet .....	18
3.6	Forskningsetikk.....	19
3.7	Vurdering av datamaterialet .....	19
4	Musikkopplevelsesperspektivet .....	22
4.1	Bruk .....	22
4.2	Interesse.....	25
4.3	Smak.....	26
5	Delingsperspektivet.....	30
5.1	Deling utenfor Spotify .....	30
5.2	Deling i Spotify .....	32
5.3	Musikk som noe privat .....	35
6	Oppdagelsesperspektivet .....	38
6.1	Fremgangsmåter for oppdagelse .....	38
6.2	Hvorfor Spotify?.....	40
6.3	Oppdagelse gjennom Spotify .....	42
7	Konklusjon .....	47
7.1	«Det avhenger jo veldig av humør, situasjon og setting» .....	47
7.2	«Jeg deler aldri med mindre folk spør» .....	48

7.3	«Det er jo så enkelt» .....	49
7.4	Bruk og betydning .....	50
7.5	Videre forskning .....	52
	Litteraturliste .....	53
	Vedlegg .....	56
	Vedlegg 1: Intervjuguide .....	56

# 1 Innledning

## 1.1 Introduksjon

Da broren min og jeg var yngre hadde vi begge hver vår kassettspiller som vi konstant tok i bruk, noe som kanskje var søtt i begynnelsen, men som fort ble et irritasjonsmoment i hjemmet da vi aldri ville høre på den samme kassetten – det ble heller ikke mindre irriterende når vi oppdaget hvordan mikrofonen på kassettpillerne fungerte og jevnlig holdt hver vår konsert i stua. I eldre alder fikk vi hver vår discman i bursdagsgave slik at vi kunne høre på vår egen musikk uten at det var forstyrrende eller irriterende for de rundt oss, noe som lettet voldsomt på stemningen på lengre kjøreturer.

Likevel var det som regel bare noen få sanger på hver CD jeg faktisk ville høre på, og det var derfor alltid like stas når tante brente CD-er for oss slik at jeg fikk mer av det jeg likte på en og samme plass. På ungdomsskolen begynte jeg å laste ned musikk selv via en nedlastningsside som gjorde at jeg kunne laste ned musikk fra YouTube ved hjelp av URL-linken. Som regel kunne jeg bruke flere timer på dette, for etter at musikken hadde blitt valgt ut måtte den jo sorteres. Allikevel opparbeidet jeg meg et snevert arkiv, da jeg som regel bare lastet ned musikk jeg allerede hadde kjennskap til og tok meg sjeldent tid til å utforske hva som fantes av musikk utenfor min egen lille musikalske boble – noe som førte til at den samme musikken gikk på repeat i flere år.

I dag har derimot mye endret seg når det kommer til hvordan vi konsumerer og går til anskaffelse av musikk, og det er også dette som har ledet frem til denne oppgaven.

Etter strømmetjenestenes inntog har de klart å opparbeide seg en sentral rolle i hverdagen til de fleste av oss verden over, og da med Norden helt i toppsjiktet hvor hele ni av ti daglig strømmer musikk (Olsen, 2020). Med bakgrunn i dagens moderne teknologi er vi ikke lenger begrenset av teknologiens mobilitet, og grunnet strømmetjenestenes enorme mengde musikkinnhold har vi nå muligheten til kontinuerlig å endre den valgte musikken hvor som helst og når som helst basert på humør, situasjon og stemning (Lonsdal & North, 2011).

Musikkstrømmetjenester har også vist seg å ha en voldsom påvirkning på hvordan vi konsumerer medieinnhold på grunn av det enorme innholdet vi har tilgjengelig, men også på grunn av at innholdet har blitt mer brukerstyrt og individualisert enn tidligere (Hagen, 2019). Dog er det flere tidligere studier som viser til hvordan dette enorme musikkinnholdet har ført til et mer ensrettet musikkonsum enn tidligere (Kiberg, 2018; Maasø & Spilker, 2020). Det har også blitt investert store summer i å utvikle automatiske anbefalingsfunksjoner, i form av algoritmer, slik at innholdet som hver enkelt av oss blir eksponert for skal være så personlig som overhodet mulig – likevel peker flere studier på en misnøye blant brukerne (Hagen, 2019; Kjus, 2016).

Et av hovedargumentene for innføringen av strømmetjenester som distribusjonsmodell var nettopp at de skulle tilby et bredt og mangfoldig medieinnhold, samt at det i senere tid har blitt lagt vekt på personalisering og tilpassede tjenester (Maasø & Spilker, 2020).

Flere studier peker derimot på at det motsatte har skjedd, og det til stor misnøye blant brukerne. Når det kommer til personalisering og tilpasning kan man begynne å lure på hvor det hele har gått galt; kan hele skylden legges over på strømmetjenestene selv eller kan brukerne også påta seg noe av dette ansvaret? Og hvordan opplever informantene i denne oppgaven dette?

I tillegg viser også tidligere studier til hvordan det ble lagt et fokus på at strømmetjenester skulle oppmuntre til deling og samhandling mellom brukerne når det kom til musikk. Det ble derfor implementert flere verktøy for at dette skulle være gjennomførbart for brukerne sin del.

Om man så vender blikket mot sosiale medier som Instagram og den nå veldig populære tjenesten TikTok, ser man hvordan brukere deler både videoer og bilder av alt fra hverdagslige øyeblikk til gjennomøvd danser og challenger i kombinasjon med musikk på en nesten ukritisk måte. Hvordan foregår så denne delingen om det bare er snakk om musikk, og hvilke tanker har brukerne når det kommer til å dele både smak og lyttervaner med andre?

Av Nag (2010) og Spilker (2020) blir det også vist til hvordan musikk har vært en viktig del av oppveksten ved å ha en sentral rolle som identitetsmarkør siden minst 1950-tallet med tanke på selvrepresentasjon og inntrykkspåvirkning. I tillegg viser Lonsdal og North (2011) til hvordan musikk blir brukt til å håndtere en persons humør og selvidentitet. Om dette fortsatt er tilfellet, og om man fortsatt kan tilegne musikken denne rollen som identitetsmarkør den dag i dag gjenstår å se.

Med bakgrunn i dette har det blitt utformet følgende problemstilling og underspørsmål:

**Problemstilling:** *Hvordan bruker unge mennesker musikkstrømmetjenester og hvilken betydning har musikken for dem?*

**Underspørsmål 1:** *Hvordan er musikkbruk, smak og interesse knyttet sammen?*

**Underspørsmål 2:** *Hvor opptatt er unge mennesker av å dele musikk?*

**Underspørsmål 3:** *Hvordan finner og oppdager unge mennesker ny musikk?*

Da jeg i denne oppgaven er interessert i å se på hvordan unge mennesker bruker musikkstrømmetjenester og hvordan denne bruken kan ha vært med på å endre brukeren selv, samt hvilken betydning musikken har for brukerne, vil jeg i denne oppgaven belyse dette ved å ta i bruk domestiseringsteorien. Her vil jeg legge særlig vekt på Sørensen sine tre dimensjoner av domestiseringsprosessen hvor han ser på hvilke bruksmønstre og rutiner som danner seg ved å ta i bruk en teknologi, meningskonstruksjonen og meningsdannelsen som danner seg rundt bruken, samt de kognitive læringsprosessene som oppstår mellom brukeren og teknologien (Skjølsvold, 2017, s. 161-162). Det vil også i liten grad bli fokusert på tre av fire faser av Silverstone sin domestiseringsprosess; *objektifisering, inkorporering og konversjon* (Skjølsvold, 2017, s. 169). Dette er på grunn av likhetstrekkene som er å skimte mellom disse tre fasene og Sørensen sine tre dimensjoner når det kommer til hvordan brukere forholder seg til selve teknologien, men også fordi det gir et grunnlag til å se nærmere på hvilken betydning musikk har for brukerne når det kommer til identitetsutfolding. Jeg vil likevel redegjøre for alle fire faser av Silverstone sin domestiseringsprosess i teorikapittelet.

For å kunne gå dypere inn i selve bruken av musikkstrømmetjenester vil jeg videre ta utgangspunkt i tre av fire perspektiver på musikkbruk kategorisert av Hendrik Spilker (2018). Henholdsvis *the musicking perspective*, *the sharing perspective* og *the discovery perspective*. I tillegg vil det bli gitt en gjennomgang av strømmetjenester generelt, og algoritmer og anbefalingsfunksjoner, samt tidligere studier gjort på brukeres holdninger til algoritmiske anbefalingsfunksjoner.

Med bakgrunn i dette har det blitt valgt en kvalitativ forskningsmetode hvor det har blitt gjennomført åtte dybdeintervju av unge brukere av musikkstrømmetjenester i alderen 24-29 år. Utvalget har her blitt rekruttert gjennom eget nettverk. En form for rekruttering som av Thagaard (2009, s. 55) betegnes som et tilgjengelighetsutvalg.

## 1.2 Oppbygning av oppgaven

I det neste kapittelet vil jeg starte med å redegjøre for domestiseringsteorien før jeg går videre inn på selve utviklingen av strømmetjenester som distribusjonsmodell, og da med særlig vekt på musikkstrømmetjenester. Tidligere forskning viser også til ulike perspektiver på musikkbruk, og i denne oppgaven vil som tidligere nevnt tre av disse bli gjennomgått: *the musicking perspective*, *the sharing perspective* og *the discovery perspective*. Det vil også bli vist til annen relevant forskning gjort på musikkbruk ved gjennomgangen av disse tre perspektivene. I tillegg vil det som nevnt bli redegjort for algoritmer og anbefalingsfunksjoner, før jeg avslutningsvis i denne delen presenterer tidligere forskning gjort på holdninger til algoritmer og anbefalingsfunksjoner, noe som vil ha en sentral del i oppgavens analysekapittel.

Videre i metodedelen skal jeg redegjøre for hele prosessen fra valg av metode, datainnsamling og behandling av data. Her blir også utvalgskriteriene, selve intervjuguiden og informantene presentert. Videre gjennomgår jeg de etiske hensynene det har blitt lagt vekt på i denne oppgaven, samt vurdere datamaterialet opp mot de tre kvalitetskriteriene *pålitelighet*, *gyldighet* og *generaliserbarhet*.

Med bakgrunn i underspørsmålene har analysen blitt inndelt i tre deler: musikkopplevelsesperspektivet, delingsperspektivet og oppdagelsesperspektivet. Dette blir gjort for å kunne gi en dypere forståelse av hva hvert av perspektivene innebærer basert på både teorien og de empiriske funnene. I tillegg vil dette også være med på å gi en klarere sammenheng mellom hva oppgaven spør etter og hva som vil bli presentert i konklusjonskapittelet. Konklusjonskapittelet vil også adressere oppgavens hovedproblemstilling, før jeg videre vil komme med egne tanker rundt videre forskning gjort på samme eller lignende tema.

Intervjuguiden i sin helhet er å finne som vedlegg avslutningsvis i denne oppgaven.

## 2 Teoretisk rammeverk

Som det kommer frem i studier gjennomført av Spilker (2018) og Nag (2010), er musikk en viktig del av oppveksten for mange, og da spesielt som en sentral identitetsmarkør. Vi mennesker bruker en enorm mengde tid og penger på å lytte til musikk, noe flere undersøkelser også viser til. I tillegg viser flere undersøkelser til at ungdommen tilskriver musikken en spesiell viktighet i deres liv (Lonsdal & North, 2011, s. 40). I all hovedsak kan musikk sies å tjene tre sosiale funksjoner i våre liv; til bruk av enkeltpersoner for å håndtere humør, selvidentitet og mellommenneskelige forhold (Lonsdal & North, 2011). Det blir også foreslått av McQuail, Blumer og Brown (som referert til i Lonsdal & North, 2011) at vi har ulike behov vi vil at musikk og massemedier skal oppfylle: 1) kontroll - behovet vårt for å forstå hva som skjer i verden rundt oss, 2) personlig identitet - behovet for å finne ut hvem vi er, 3) personlige relasjoner - behovet for å samhandle med andre og 4) avledning - behovet vårt for rømning, underholdning og avslapping. Behov som alle har blitt enklere å tilfredsstille med den teknologien vi nå har tilgang på. I 2005 hevdet Bull (som referert til i Lonsdal & North, 2011) at iPoden ga lytterne muligheten til kontinuerlig å omstille humøret sitt *on the move*, noe som ikke var mulig med tidligere teknologi. Nå med ny teknologi og nyere musikkformat som musikkstrømmetjenester har vi som brukere fått muligheten til å bruke musikk på flere måter og i flere sammenhenger enn før: vi er ikke lenger begrenset av mobilitet og tilgang.

Det er også dette som legger grunnlaget for de neste delkapitlene hvor jeg skal se nærmere på hvordan ny teknologi blir domestisert, samt strømmetjenesters inntog. De siste delkapitlene vil basere seg på tre av fire perspektiver på musikkbruk: *the musicking perspective*, *the sharing perspective* og *the discovery perspective*. Disse perspektivene har blitt kategorisert av Spilker i hans bok «Digital Music Distribution: The sociology of online music streams» (2018). Her vil det også bli inkludert annen relevant forskning.

### 2.1 Domestisering av teknologi

I denne oppgaven er jeg interessert i å se på forholdet mellom brukerne av musikkstrømmetjenester og den teknologien som blir tatt i bruk av dem. Med andre ord, hvordan de bruker teknologien og da igjen hvordan denne teknologien i enkelte tilfeller kan være med på å forme brukeren selv. Et kjent perspektiv som ofte blir tatt i bruk for å analysere disse prosessene som skjer fra en teknologi blir introdusert til den får en naturlig plass i hverdagen til brukerne, blir kalt for domestisering. Som det kommer frem senere i denne oppgaven, har musikkstrømmetjenester fått en naturlig plass i hverdagen til alle informantene i denne oppgaven, og domestiseringsteorien vil derfor bidra til å kunne forstå dette forholdet informantene har til teknologien.

Som mennesker lever vi i et samspill med teknologi, og vår hverdag innebærer et kontinuerlig engasjement med ulike artefakter; både fysisk, mentalt, følelsesmessig og moralsk. Vi mennesker konstruerer også våre egne praksiser i møte med teknologi, både ut ifra vår egen bruk men også i interaksjon med praksisene til andre (Sørensen, 2006, s. 40).

I tillegg sitter vi mennesker også med en forventning om å leve i fellesskap med ulike teknologier, og stiller sjeldent spørsmålstegn når det kommer til deres plass i det moderne samfunnet – om vi gjør det, er det fordi vi har forventninger om forbedringer og nye teknologiske muligheter (Sørensen, 2006, s. 40).

Det kan med andre ord sies at vi nesten tar den opplevelsen av å ha moderne teknologi tilgjengelig, litt forgitt. Vi forventer også at det vil være en kontinuerlig tilførsel av nye gjenstander og teknologiske systemer, og nyere versjoner av de allerede etablerte som vi har til rådighet (Sørensen, 2006, s. 40).

Når det kommer til domestisering, så ble dette som begrep introdusert av Roger Silverstone og hans kollegaer for å beskrive den kulturelle betydningen teknologier fikk i det de kalte *husholdningens moralske økonomi* (Skjølvold, 2017, s. 27; 160). I rent tradisjonell forstand referer domestisering til temmingen av et vilt dyr, og da de prosessene som gjør at dyret og de som forholder seg til det, endres. Noe som også kan overføres til teknologien. Her handler det om hvordan teknologien blir en del av nye nettverk, som for eksempel en husholdning. Her vil teknologien potensielt endres over tid etter hvert som den blir tatt i bruk, samtidig som denne bruken potensielt kan føre til endringer innad i husholdnings struktur, rutiner og verdier (Skjølvold, 2017, s. 27; Berker, Hartmann, Punie & Ward, 2006, s. 7). Som både Hynes og Rommes (2006, s. 126), og Skjølvold (2017, s. 27) nevner, er domestisering først og fremst et analytisk verktøy som skal hjelpe til med å belyse disse prosessene som skjer når brukeren (husholdningen) skal gjøre teknologien til sin egen ved å tilskrive den nye og endrede betydninger. Domestisering viser med andre ord hvordan bruk og forbruk er aktive handlinger, hvor møtet mellom teknologi og bruker kan føre til endringer i dem begge (Skjølvold, 2017, s. 27).

Denne endringen som teknologien, og brukeren, går gjennom har Silverstone oppsummert i fire ulike faser: *appropriering, objektifisering, inkorporering og konversjon* (Skjølvold, 2017, s. 160).

Approprieringsfasen handler om hvordan teknologien blir overført fra markedet til brukeren, gjennom kjøp, lån eller ved å ha blitt gitt som en gave. Den neste fasen, objektifisering, skjer når teknologien får en fysisk plassering hos brukeren, eller i husholdningen. Her blir teknologien en synlig del av omgivelsene til brukeren, samt en del av den kognitive eller mentale virkeligheten til brukeren. I den tredje fasen, inkorporering, blir teknologien tatt i bruk og blir gjort til en del av hverdagens praksiser og mønstre av rutiner (Skjølvold, 2017, s. 160-161). Et sentralt poeng som Skjølvold (2017, s. 161) legger vekt på, er at teknologien i denne fasen omdannes fra å være en vare til å bli et objekt med mening, og som dermed har blitt fullt integrert i brukernes liv. I den siste fasen, konversjonsfasen, gjøres teknologien til noe eget og noe som brukeren kan presentere for omverdenen (Skjølvold, 2017, s. 161).

Gjennom disse fasene endrer teknologien seg fra å være noe magisk til å bli hverdagslige objekter. Eksempler på dette er radio, TV og telefonen – teknologier som alle har mistet denne magien de først hadde når de ble introdusert (Skjølvold, 2017, s. 160).

En annen som har forsket nærmere på domestisering er Knut Sørensen. Under det han har kalt en teknologistudietilnærming til domestisering, også omtalt som *Trondheimsmodellen*, fokuserer han på tre dimensjoner, eller tre trekk som kjennetegner møtet mellom ny teknologi og brukere (domestiseringsprosessen) (Skjølvold, 2017, s. 161).

Først tar han for seg viktigheten av å studere konstruksjonen av praksiser knyttet til teknologien; hvordan den tas i bruk og hvilke rutiner og bruksmønstre som danner seg (Skjølsvold, 2017, s. 161). Videre mener han at man bør se på meningskonstruksjon og meningsdannelse knyttet til teknologien; hvordan blir teknologien forstått, fortolket og tilskrevet mening, samt hvordan teknologien er med på å gi ny mening til brukeren i form av identitetsforståelse og selvrepresentasjon. Det siste han ser på er de kognitive læringsprosessene; hvordan lærer man å bruke eller å bli kjent med teknologien, og hvordan lærer brukere av hverandre (Skjølsvold, 2017, s. 162).

Uavhengig av om man tar i bruk de fire fasene til Silverstone eller Sørensen sine tre dimensjoner, peker domestisering uansett på at det å (for)bruke teknologi ikke er en passiv handling hvor brukerne underkaster seg de direktiver som følger med teknologien når det kommer til hvordan den er ment brukt. Vi mennesker former teknologiens rolle og hvilken betydning den skal få (Skjølsvold, 2017, s. 161).

I denne oppgaven vil det som nevnt vil både Silverstone sine fire faser, og da med særlig vekt på de siste tre fasene, og Sørensen sine tre dimensjoner bli tatt i bruk for å undersøke hvordan informantene i denne oppgaven har omfavnet musikkstrømmetjenester og musikk generelt. I hovedsak vil det være et fokus på dette bruksaspektet og meningsdannende perspektivet da det er dette denne oppgaven i all hovedsak streber etter å finne svar på; hvordan blir musikkstrømmetjenester brukt og hvilken betydning har de og musikk for brukerne sine.

## 2.2 Strømmetjenester

I delkapittelet over har jeg sett nærmere på de ulike prosessene som skjer fra en teknologi bli introdusert til den blir en naturlig del av hverdagen til brukerne, og som det har kommet frem har musikkstrømmetjenester blitt en naturlig del av hverdagen til alle informantene i denne oppgaven.

Da denne oppgaven omhandler musikkstrømmetjenester ser jeg det som viktig å se nærmere på hva en strømmetjeneste faktisk er, hvilke karaktertrekk det er å finne, samt hvilke muligheter strømmetjenester tilbyr brukerne sine.

Et viktig aspekt ved strømmetjenester er at de som regel operer med ulike abonnementsordninger hvor brukerne kan få tilgang til tjenesten og innholdet som tilbys (Hagen, 2019). I henhold til musikkstrømmetjenester operer tjenesten Spotify med såkalte *freemium* og *premium* ordninger; freemium ordning er en gratis versjon som tilbyr brukerne begrenset tilgang og bruksvalg, samt reklameoppbrudd. Premium ordningen på sin side, tilbyr brukerne tilgang på alt innhold og alle bruksvalg uten disse oppbruddene av reklame – til en fast pris i måneden (Hagen, 2019). Videre kan strømmetjenester som distribusjonsmodell enkelt oppsummeres i noen typiske karaktertrekk: brukerne får tilgang til tjenestens innhold gjennom et brukergrensesnitt som stiller med ulike måter for å navigere seg gjennom det. Det finnes et søkefelt hvor brukeren selv kan skrive inn ord og søke seg frem til ønskelig innhold i de store katalogene som strømmetjenestene stiller med, et innhold som ofte er tilpasset brukskontekst og målgruppe, samtidig som eksklusivt eller populært innhold kan bli gitt sponsede plasseringer (Hagen, 2019).



Algoritmestyrte anbefalinger er også en viktig del av strømmetjenester og bidrar blant annet til å tilpasse brukerinnhold, samt gjøre det mulig for tjenesten å komme med anbefalinger basert på tidligere bruk (Hagen, 2019) – noe jeg vil gå mer innpå senere i oppgaven.

Som Maasø og Spilker (2020) skriver i sin forskning, har strømmetjenester vært gjennom store teknologiske og økonomiske utviklinger siden sitt inntog. Utviklinger som av dem oppsummeres i tre faser: *the unlimited access phase*, *the social streaming phase* og *the algorithmic streaming phase* (Maasø & Spilker, 2020).

Den første fasen, *the unlimited access phase*, blir sett på å vare fra 2008 til 2011. Her begynte man å argumentere for hvorfor strømmetjenester var veien å gå, og det fremste salgsargumentet her var at strømmetjenester ville lede til ubegrenset tilgang på enorme mengder musikk sammenlignet med tidligere. Noe som i utgangspunktet er positivt, men som likevel møtte en del kritikk på grunn av vanskelighetene brukerne hadde når det kom til å navigere seg gjennom denne enorme mengden musikk, samt vanskelighetene musikkaktørene møtte på når det kom til å skille seg ut (Maasø & Spilker, 2020).

I den neste fasen, *the social streaming phase*, ble fokuset lagt på å løse disse problemene i tillegg til å implementere verktøy som skulle oppmuntre brukerne til samhandling, deling og utveksling av musikk. Det kan sies at fokuset ble flyttet fra det å ha tilgang og oppdage, til at man nå skulle være sosial og dele innhold (Maasø & Spilker, 2020). I den siste fasen, som vi nå befinner oss i, er det ord som personalisering og tilpassede tjenester som står i fokus. Her legger musikkstrømmetjenestene vekt på å utvikle kuraterte anbefalinger, samt samle og inn og tolke bruksdata slik at sannsynligheten for at disse kuraterte anbefalingene i større grad skal kunne påvirke brukernes musikkatferd (Maasø & Spilker, 2020; Van Dijck, Poell & De Waal, 2018).

Som det vises til over, var man raskt ute med å argumentere for hvorfor strømmetjenester ville være veien å gå, og musikkbransjen var også de som var først ute til å omfavne dette som deres nye distribusjonsmodell. Målene var, som nevnt over, å gjøre det enklere å finne og dele musikk. Med bakgrunn i dette ble det derfor investert i avanserte søkemotorer bestående av automatiserte algoritmer som skulle klare å koble relaterte artister sammen, samt komme med tilpassede anbefalinger til den enkelte bruker (Hagen, 2019; Kjus, 2016).

Som distribusjonsmodell markerte også strømmetjenester et nytt kapittel i utviklingen av musikkindustrien, både når det kommer til det kulturelle og økonomiske, men også når det kommer til musikkleting og *immersion* (Kjus, 2016). Strømmetjenester har også hatt en voldsom påvirkning på hvordan dagens medieinnhold konsumeres i form av det voldsomme medieinnholdet vi nå har tilgjengelig, i tillegg til prinsippet om on-demand (på etterspørsel) som har gjort at konsumet har blitt mer brukerstyrt og individualisert enn før (Hagen, 2019). Likevel viser både Kiberg (2018) og Maasø og Spilker (2020, s. 1-2) til tidligere studier som peker på at inntoget av strømmetjenester har gjort musikkkonsumet mer ensrettet enn tidligere, til tross for at målet var å oppnå mer mangfold – noe som er mye grunnet den enorme mengden med medieinnhold som strømmetjenester tilbyr, men også måten strømmefunksjoner favoriserer systemer som fremmer allerede kuratert innhold på brukeren (Kiberg, 2020; Eriksson, 2015).

Når det kommer til musikk er det tjenester som Spotify, Apple Music og Tidal (tidligere WiMP) som lenge har dominert dette distribusjonsmarkedet, og da med Spotify som verdens mest populære (Kjus, 2016; Golberg, 2019).

Allerede i 2014 hadde hele sju av ti Internettbrukere tilgang til en av disse tjenestene, og tall fra 2020 viser at det er hele ni av ti i Norden som strømmet musikk, med små forskjeller per land – noe som tyder på at musikklytting skjer i flere hverdagssituasjoner nå enn tidligere (Kjus, 2016; Olsen, 2020).

Samtidig kan det også sies at musikkens rolle blir forsterket som en del av hverdagslivet ved å supplere ulike opplevelser, stemninger, tankearbeid og fysiske aktiviteter. Strømmetjenester har også gjort at brukerne har muligheten til å høre på og oppdage flere artister enn hva som før var mulig, i tillegg til å kunne høre på låter løsrevet fra albumene de opprinnelige er en del av (Kjus, 2016; Hagen, 2015;2019).

Ved utviklingen av strømmetjenester, og da særlig i fase to, ble det også lagt opp til at brukerne skulle ha muligheten til å kunne opprettholde en form for sosial kontakt med andre brukere ved å kunne dele spillelister, dele hva man lytter på, samt følge andre brukere og deres brukerkontoer. I tillegg tilbyr strømmetjenester brukerne en mulighet til å kunne kategorisere og lagre innholdet etter egne preferanser i form av spillelister og favorittmarkeringer (Hagen, 2019).

Basert på dette vil jeg i de påfølgende kapitlene gå mer inn på ulike perspektiver for musikkbruk som generell bruk, smak, deling og oppdagelse.

## 2.3 Perspektiver på musikkbruk

Som Spilker (2018, s. 26) skriver, har tidligere vitenskapelig forskning rundt musikk vært dominert av litteratur som tar for seg kontroverser mellom musikkindustrien og *digitale pirater* på et juridisk eller økonomisk nivå. Til sammenligning blir det trukket frem hvordan det har blitt mindre investert i empiriske undersøkelser på de faktiske mønstrene rundt digital musikkteknologi, samt avsatt mindre tid til å utvikle de konseptuelle rammeverkene som trengs for å forstå disse bruksmønstrene – likevel er det i følge Spilker (2018, s. 26-27) mulig, basert på ny forskningslitteratur, å kategorisere fire forskjellige perspektiver på digital musikkbruk: *the musicking perspective* (musikkopplevelsesperspektivet), *the sharing perspective* (delingsperspektivet), *the discovery perspective* (oppdagelsesperspektivet) og *the remix perspective* (remiks perspektivet).

Det siste perspektivet er ikke utelukkende opptatt av musikkbruk, men heller den kreative bruken av forskjellige medier hvor remix ikke referer til en musikal sjanger, men heller til måten folk blander og fikser med forskjellige digitale media i hverdagen sin (Spilker, 2018). Selv om remix i en forstand kan kobles opp mot hvordan brukere kuraterer sine egne spillelister, vil jeg i denne oppgaven ikke gå nærmere inn på dette perspektivet da informantene ikke kom med tilstrekkelig informasjon til at dette var mulig.

Dermed er det de tre første perspektivene som vil ha en sentral rolle for den videre analysen, da jeg i hovedsak ønsker å se nærmere på informantenes bruk rundt musikkstrømmetjenester og musikk, men også hvordan de forholder seg til deling av musikk og hvordan de oppdager og finner ny musikk.

### 2.3.1 Musicking

Det første perspektivet jeg velger å ta for meg er *the musicking perspective* (musikkopplevelsesperspektivet). Dette perspektivet kan først og fremst sies å være opptatt av nye mobile lyttermønstre og deres effekt på sosialitet og opplevelse av tid og rom (Spilker, 2018).

Som det kommer frem, ble begrepet *musicking* opprinnelig betegnet som et bredere begrep som omfattet alt engasjement med musikk, men som i utgangspunktet har blitt brukt til å nærme seg de sosiologiske og psykologiske prosessene knyttet til det å lytte til musikk (Small, 1999). For som det blir nevnt, er det å lytte selve hjertet i den musikalske opplevelsen. Et faktum som nesten er så tydelig at man lett kan overse det (Spilker, 2018, s. 28-29).

Musikkopplevelsesperspektivet ble først tatt i bruk når det kom til forskning gjort på bruk av MP3-spillere, hvor målet var å undersøke hvordan de nye mobile enhetene for lytting hadde forbedret musikkopplevelsen. Bull var en av de som undersøkte dette ved å se nærmere på iPoden. Her argumenterte han for at «personlige stereoeer», som iPoden var et eksempel på, tilbydde brukerne en enestående kontroll over musikken, hvor brukerne selv kunne finjustere forholdet mellom humør, vilje, musikk og miljøet på måter som ikke var mulig med tidligere teknologi (Bull, 2006). Studier gjennomført av Marie Skånland (som referert til i Spilker, 2018, s. 29) viser også til hvordan bruk av MP3-spillere har fungert som en ressurs til ulike formål, og ble aktivt brukt når det kom til humør, situasjon og formål. Disse funnene har også vist seg sterkt fremtredende når det kommer til studier gjort på bruk av strømmetjenester i senere år (Spilker, 2018, s. 29).

Gjennom sine studier viser Hagen til den omfattende og utvidede rollen musikken har fått i vår hverdag, og hvordan bruken av strømmetjenester har blitt en implementert del i planleggingen og gjennomføringen av daglige oppgaver (Hagen, 2015; 2016).

I 2010 publiserte Nag en artikkel kalt «Musikkbruk og forretningsmodeller i en delingskultur», hvor hun undersøkte verdien av musikk blant brukere og hvordan musikken ble brukt i sosial interaksjon. Informantene i denne forskningen fortalte om musikk som en høyt verdsatt del av deres hverdag, hvordan musikken var med på å påvirke deres humør og opplevelsen av at det finnes musikk for alle anledninger (Nag, 2010). Noe som peker tilbake til de tidligere studiene gjort på MP3-spillere.

Spilker (2018) har også undersøkt hvordan vi nordmenn bruker musikk og medieenheter. Her legger han vekt på hvordan musikk har vist seg å være en viktig del av oppveksten til de fleste av oss, og har vært en sentral identitetsmarkør siden minst 1950-tallet, noe Nag (2010) også viser til. Det kan derfor være fristende å anta at den økende tilgjengeligheten og tilgangen på musikk som strømmetjenester har ført med seg, har gitt musikken en enda mer omfattende og viktig rolle i våre liv, noe som både Spilker (2018, s. 32) og Hagen (2015) viser til. Som en av informantene i undersøkelsen til Spilker (2018) påpeker, hadde hun nok ikke kommet til å høre like mye musikk som hun gjør, hadde det ikke vært for Internett og de mulighetene som har kommet der. Det var også flere informanter som kommenterte at deres musikalske smak og lyttervaner både hadde endret og utvidet seg grunnet den økte eksponeringen av forskjellige musikk gjennom nettet (Spilker, 2018).

Internett og strømmetjenester har også gjort det enklere å dele personlig musikksmak via sosiale medier og strømmetjenestene selv – i tillegg til at deling fortsatt foregår på fysiske møtesteder i form av ansikt-til-ansikt deling.

Likevel skjer denne delingen sjeldent uten å bli filtrert på forhånd (Nag, 2010). Som Nag (2010) skriver, er det særlig viktig i yngre aldersgruppene å vise riktig smak, noe som henger sammen med at en persons identitet er mer flytende og i forandring i denne perioden.

Dette legger også grunnlaget for det neste delkapittelet, hvor jeg ser nærmere på hvordan deling oppstår og foregår, samt hva som kan gjøre at en person velger å holde igjen delingen.

### 2.3.2 Deling av musikk

Det dominerende perspektivet på digital musikkbruk på 2000-tallet var *the sharing perspective* (videre referert til som delingsperspektivet). Et perspektiv som enkelt kan kobles opp mot den andre fasen i utviklingen av strømmetjenester, *the social streaming phase*, hvor fokuset lå på å implementere verktøy som skulle oppmuntre brukere av strømmetjenester til å samhandle, dele og utveksle musikk. (Spilker, 2018, s. 27; Maasø & Spilker, 2020).

Når det kommer til delingsperspektivet, så er dette et perspektiv som kan knyttes opp mot studier gjort på bruken av fildelingsnettverk hvor deling ikke omfatter penger, men heller en gjensidig form for motivasjon og belønning (Spilker, 2018, s. 27). Likevel kunne disse studiene også vise til at alle former for delingen ikke bugner i denne formen for motivasjon og belønning, men at det heller kunne basere seg på å styrke sosiale bånd, eller ved faktisk å motta et gode uten noen former for begrensninger (Spilker, 2018, s. 27; Skågeby & Pargman, 2005).

På slutten av 2000-tallet oppdaget forskere forskjeller når det kom til deling med venner (mennesker man kjenner fra utsiden) og deling med fremmede (deling med mennesker online). Her viste det seg at når det kom til å dele med venner, ville brukerne at deres aktivitet skulle være synlig og støtte allerede eksisterende sosiale nettverk og praksiser. De ønsket også å ha muligheten til å sende sanger som *pranks* og på den måten la delingen oppmuntre til diskusjoner om musikk og relaterte saker. Når det kom til deling med fremmede handlet det om automatiske utvekslinger som dermed ga brukerne ny musikk på en ikke-påtrengende og mindre sosialt krevende måte (Håkansson, Rost & Holmquist, 2007).

I en studie gjennomført av Nag (2010), viser hun til et lignende skille mellom det hun kaller for *deling i stor skala* og *deling i liten skala*. Ved deling i stor skala er det anskaffelse av de digitale filene (musikken) som er det primære målet, og nettverkene kan derfor sies å være innholdssentrerte hvor brukeren som prøver å skaffe seg en fil ikke har behov for å kjenne vedkommende som har gjort filen tilgjengelig.

Eksempler på deling i stor skala kan være å ta i bruk fildelingstjenestene PirateBay eller Limewire (Nag, 2010).

Deling i liten skala finner derimot sted innenfor den sosiale sirkelen som brukeren deltar i. Her er interaksjon med venner og familie det primære målet, og musikken blir derfor sett på som et redskap for å kommunisere og styrke det sosiale båndet. Delingen kan her finne sted både online og offline (Nag, 2010).

I den samme studien gjennomført av Nag (2010) forteller hun om hvordan brukeres digitale musikksamling kan inneholde filer som blir valgt å hold skjult for andre på grunn av en frykt for å bli dømt ut i fra ens egen musikksmak. En frykt som gjennom hennes forskning, viser seg å være sterkere tilstede hos kvinner enn menn.

Et funn som andre studier også har kommet frem til. Her ble det også vist til hvordan musikken blir nøye valgt ut før den eventuelt skal deles med andre (Nag, 2010). I likhet med frykten for å bli dømt ut i fra egen musikksmak, var det også flere kvinner som viste til en bekymring for at den musikken de hørte på, og delte skulle røpe noe om hvilket humør eller situasjon de var i (Nag, 2010).

En annen som har sett nærmere på deling, i den form av hva vi som personer velger å dele av oss selv, er Goffman. Her skiller han mellom det han kaller for *backstage* og *frontstage* (Aspling, 2011). Backstage referer her til det vi som personer velger å holde skjult – enten for hele omverdenen, enkelt individer eller grupper (Aspling, 2011). Dette kan, som Nag (2010) viser til, være snakk om å skjule vår egen musikksmak eller enkelte sanger vi hører på. Frontstage på sin side, referer derimot til hva vi velger å dele, og kan bli sett på som den sosiale og offentlige arenaen (Aspling, 2011).

Da det i denne oppgaven har blitt rekruttert både kvinnelige og mannlige informanter vil det i analysen være spennende å se om funnene Nag kom frem til i 2010, fortsatt viser seg å stemme i 2021 og om begrepene backstage og frontstage kan kobles opp mot informantenes musikkbruk.

### 2.3.3 Oppdagelse av musikk

Det tredje perspektivet på digital musikkbruk som Spilker (2018) tar for seg er *the discovery perspective* (oppdagelsesperspektivet), et perspektiv som i bunn og grunn handler om hvordan brukere finner og oppdager ny musikk.

Videre innenfor dette perspektivet introduserer Spilker (2018) en firedeling av musikkoppdagelser, utviklet av Nag (2010): 1) selv-initiert oppdagelse, 2) oppdagelse gjennom sosiale nettverk, 3) oppdagelser på musikkarenaer, og 4) tilfeldig oppdagelse.

Den første formen for oppdagelse, kalt selv-initiert oppdagelse, skjer i den form av at brukeren selv har satt av tid til aktivt å søke etter ny musikk, mens oppdagelse gjennom sosiale nettverk handler om oppdagelser som skjer gjennom musikk anbefalinger mottatt av venner og bekjente (i likhet med familie eller arbeidsplassen). Disse anbefalingene som skjer gjennom sosiale nettverk er ifølge Nag (2010) basert på nøye utvalgt musikk som avsenderen tror mottageren vil like, noe som ofte tilsier høyst persontilpassede og målrettede anbefalinger. Dette mener Nag (2010) henger sammen med at musikksmak som oftest er knyttet opp mot identitet, og at det å treffe *blink* med en anbefaling kan bli sett på som en bekreftelse på avsenderens egen smak, og at vedkommende viser forståelse for hvordan mottageren er som person. Dette er også en av de formene for oppdagelse som Kjus (2016) i sin undersøkelse, trekker frem som en av de viktigste formene for oppdagelse.

Når det kommer til den tredje formen for oppdagelse, oppdagelser på musikkarenaer, handler det om oppdagelser som skjer gjennom konserter, festivaler eller andre *venues* som fokuserer på musikk (Nag, 2010; Spilker, 2018). Dette var dog den formen for oppdagelse som informantene til Nag (2010) var mindre opptatt av, noe som kan henge sammen med hvordan denne formen enkelte ganger kan overlappes med oppdagelse gjennom sosiale nettverk – det være seg at det er en venn som foreslår hvilken konsert eller festival man skal dra på.

Den siste formen for oppdagelse, tilfeldig oppdagelse, handler om oppdagelse i form av at brukerens primære mål er å gjøre noe annet, men at de tilfeldigvis kommer over noe nytt gjennom for eksempel en film, en serie, på radioen, på kafé, mens de er ute og handler eller spiller et dataspill osv. (Nag, 2010). Her oppstår oppdagelse som en bonus i sammenheng med primæraktiviteten.

I tillegg til disse måtene for oppdagelse som skjer utenfor musikkstrømmetjenester, har også musikkindustrien funnet forutsigbare mekanismer og måter for å kunne kontrollere hvilken musikk og hvilke artister vi som brukere oppdager innad i strømmetjenestene. Dette i form av algoritmer og kuratorer (Kjus, 2016). Dette er også det jeg går nærmere inn på i de to påfølgende delkapitlene: hvordan og hva er egentlig algoritmer og anbefalingsfunksjoner, og hva sier tidligere forskning når det kommer til brukeres holdninger til dem.

#### 2.3.4 Algoritmer og anbefalingsfunksjoner

På en gjennomsnittlig dag kommer mennesker verden over i kontakt med hundrevis av algoritmer som er med på å forme hverdagens oppgaver og praksiser, og som det blir nevnt står algoritmer og automatiske anbefalingsfunksjoner for en del av den musikalske oppdagelsen som blir gjort gjennom musikkstrømmetjenester (Kitchin, 2017; Beer, 2016; Cardon, 2017). Dette på grunn av den sentrale rollen algoritmer har opparbeidet seg når det kommer til organisering av digital informasjon, samt å gjøre denne synlig for oss (Beer, 2016; Cardon, 2017).

Et viktig punkt ved algoritmer er at de får ting til å skje; de har blitt designet for å bli utført og for å komme frem til bestemte resultater i henhold til bestemte ønsker, behov og muligheter, og vil med dette spille en sentral rolle når det kommer til informanternes musikkoppdagelser gjennom Spotify (Willson, 2017).

Hovde og Grønmo (2020) forteller hvordan algoritmer er noe som blir brukt mye når det kommer til å styre hvilket resultatet vi får av nettsøk i Google og andre søkemotorer, samt hva som vises for oss i sosiale medier og strømmetjenester. Hensikten her er å få frem hva som er av mest relevans for oss – hva som derimot regnes som relevant for hver enkelt bruker blir som oftest definert ut ifra hva vi tidligere har søkt på og tidligere innlegg vi har lagt ut i sosiale medier. Relevans avgjøres også ut i fra kommentarer og innlegg fra de vennene man har mest kontakt med (Hovde & Grønmo, 2020). Denne styringen som skjer gjennom algoritmer er også noe som blir utnyttet av kommersielle aktører i form av annonser. Disse annonsene blir skreddersydd av annonsørene ut i fra søkehistorikk og tidligere medieinnlegg slik at annonsene skal passe hver enkelt av oss (Hovde & Grønmo, 2020).

Når det kommer til musikkstrømmetjenester viser Maasø og Spilker (2020) til tre ulike former for anbefalinger man som bruker kan møte på: *kuraterte*, *aggregerte* og *personaliserte*. Kuraterte anbefalinger er sterkt avhengig av algoritmiske analyser gjort på innhold og brukerdata, analyser kombinert av grensesnittdesign og menneskelig kurering, noe som gjør at disse anbefalingene ikke blir rent algoritmiske da de i hovedsak er en sammenfatting av menneskelige kuraterer og algoritmiske analyser (Maasø & Spilker, 2020, s. 11).

Aggregerte og personaliserte anbefalinger er derimot rent algoritmiske, hvor aggregerte anbefalinger baseres på hva som er mest lyttet på av andre brukere på et gitt tidspunkt – enten globalt eller innenfor et område eller eventuelt sjanger, mens personaliserte anbefalinger kun blir basert på hver enkelt brukers tidligere lyttervaner og valg (Maasø & Spilker, 2020, s. 7).

Likevel har personaliseringsstrategier møtt kritikk, og da særlig når det kommer til redselen for at de kan skape filterbobler – «en tilstand av intellektuell isolasjon som oppstår når algoritmer filtrerer og synliggjør innhold kun basert på brukshistorikk i stedet for å bli presentert for en bredde av sjangre og stiler får man mer av det samme» (Kiberg, 2020).

Det blir i denne kritikken antydnet at algoritmiske sorteringsprosesser kan begrense kulturelle opplevelser og sosiale forbindelser ved at de enten kan begrense eller stenge for eksterne påvirkninger slik at man, som nevnt over, fortsetter å bli eksponert for de samme menneskene, opplevelsene, nyhetene og kulturen (Beer, 2016).

Når det kommer til strømmetjenester blir dog ensretting en bedre beskrivelse på dette (Kiberg, 2018; Maasø & Spilker, 2020, s. 1-2).

### 2.3.5 Holdninger til algoritmebaserte anbefalingsfunksjoner

I forbindelse med oppdagelsesperspektivet har McCourt og Zuberi (som referert til i Spilker, 2018, s. 29) sett på hvordan strømmetjenester skreddersyr musikalske funn gjennom både algoritmer og kuratorer. I en studie gjennomført av Terje Colbjørnsen (2018) ble det undersøkt hvordan aktive brukere av digitale medieplattformer som Spotify, Netflix og Amazon opplever disse.

Funnene i studien til Colbjørnsen (2018, s. 485) peker på et gjennomgående ambivalent forhold hos brukerne i møte med algoritmene; på den ene siden hjelper algoritmene brukeren til å oppdage nytt og ukjent innhold, mens de på den andre siden peker mot en opplevelse av snevrere utvalg og mer av det samme. Informantene ga også uttrykk for et ønske om mer innsyn i og kontroll over hvordan algoritmene operer, samtidig som det er denne ugjennomsiktigheten ved de algoritmebaserte systemene som virker å appellere (Colbjørnsen, 2018, s. 485). Undersøkelsen viser videre til at algoritmiske anbefalinger ikke oppleves som noe som kan erstatte tradisjonelle menneskelige anbefalinger når det kommer til hva som anses som kvalitet, men at algoritmene bærer et preg av mer personlig rådgivning og tilpasning (Colbjørnsen, 2018). Likevel ser det ut som om algoritmiske anbefalinger vinner mer terreng, og således erstatter menneskelige aktører på flere plan (Colbjørnsen, 2018, s. 482; Cardon, 2017).

I en annen undersøkelse gjort av Yngvar Kjus (2016), på brukere av musikkstrømmetjenester, var det flere av informantene som var enige i at de algoritmiske anbefalingene de ble tilbudt virket å bli verre og verre, samt bar et preg av å bli mer kommersielle. Flere mente også at ved å ha tilgang til så mye forskjellig musikk ble det vanskeligere å finne ut hvor man skulle starte, og at det hele følt overveldende.

I en masteroppgave fra 2018 skrevet av Kristine Pedersen, ble det undersøkt hvordan musikkstrømmetjenester er med på å endre musikkbruken. En av hennes underproblemstillinger her var «hvordan benyttes og oppleves de «smarte» algoritmebaserte funksjonene som musikkstrømmetjenestene tilbyr brukerne?».

Her var det enkelte av informantene hennes som viste til at disse automatiske anbefalingene førte til mer variasjon og nye oppdagelser, samtidig som andre informanter pekte på et snevrere innhold og mer av det samme. Det ble også vist til hvordan informantene hennes hadde utviklet ulike bruksmønstre og strategier i møte med disse automatiske anbefalingene slik at brukeren selv fikk en følelse av mer kontroll over hva man ble anbefalt – dette var dog noe som bare var gjeldende for det mest aktive brukerne av musikkstrømmetjenester (Pedersen, 2018).

Med bakgrunn i dette vil jeg dermed i analysen se nærmere på hvordan mine informanter forholder seg til, og tar i bruk algoritmene de møter på gjennom sin bruk av musikkstrømmetjenester.



## 3 Metode

I dette kapittelet vil jeg først redegjøre for hvilken metodisk tilnærming jeg har valgt å bruke som fremgangsmåte i denne oppgaven. Videre vil kriteriene som ligger til grunn for rekrutteringen av informantene bli presentert, før jeg går nærmere inn på hvordan intervjuguiden har blitt utformet og hvordan selve datainnsamlingen har blitt gjennomført.

Videre vil de etiske hensynene som det har blitt fokusert på i denne oppgave bli lagt frem som personvern og andre rettigheter informantene har, før jeg avslutningsvis vil vurdere datamaterialet gjennom kvalitetskriteriene; *pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet*.

### 3.1 Metodevalg

Denne oppgaven bygger på en kvalitativ tilnærming, og baserer seg på data innhentet gjennom dybdeintervju. Valget for å gå for en kvalitativ tilnærming med dybdeintervju som innsamlingsmetode, bygger i hovedsak på oppgavens natur som krever dialog og forståelse for hvordan musikkstrømmetjenester blir brukt og opplevd av brukerne selv. Da temaet på mange måter er såpass snevret inn før intervjustart, og intervjuene ikke var ment å vare lengre enn 30 til 40 minutter, kan denne formen for datainnsamling bli beregnet som en form for hybrid med fokuserte intervju (Tjora, 2019, s. 113).

Aksel Tjora (2019, s. 113) forklarer at målet med dybdeintervju er å skape en situasjon som legger til rette for en fri samtale som tar for seg forhåndsbestemte temaer, og det er akkurat dette jeg ville oppnå.

### 3.2 Utvalgskriterier

Datamaterialet for denne oppgaven har blitt samlet inn gjennom dybdeintervju av åtte unge brukere av musikkstrømmetjenester. Her har informantene blitt rekruttert gjennom eget nettverk. Både informantenes villighet til å stille opp til intervju, samt at de innfridde de satte kriteriene ligger til grunn for hvilke informanter jeg endte opp med. Denne måten for rekruttering blir av Thagaard (2009, s. 55) betegnet som et tilgjengelighetsutvalg.

Kriteriene jeg satt i forkant av rekrutteringen av informanter var følgende:

- 18 – 30 år
- Må ha brukt en musikkstrømmetjeneste i minst 5 år

Da denne oppgaven kun sikter seg inn på unge mennesker, og da også gjerne unger mennesker som har brukt musikkstrømmetjenester en stund slik at det blir enklere for meg som forsker å innhente informasjon om deres bruk, så jeg det ikke som nødvendig å sette flere enn to utvalgskriterier i sammenheng med denne oppgaven.

Når det kommer til målgruppen, ble denne valgt ut både på grunn av min egen alder, men også fordi jeg anser denne målgruppen som de mest aktive når det kommer til bruk av strømmetjenester.

Etter rekrutteringen endte jeg opp med seks jenter og to gutter, hvor alderen varierer fra 24 til 29 år. I utgangspunktet ønsket jeg en så jevn kjønnsfordeling som mulig, men da dette ikke er avgjørende for oppgaven, ser jeg det ikke som et problem med en overvekt av det ene kjønn.

For at informantene skal holdes anonyme har navnet blitt erstattet med nye, tilfeldige navn. I tillegg vil informasjon som utdannings situasjon, familie og jobbsituasjon bli utelatt da det kan være mulig å identifisere informantene basert på dette.

Tabellen under viser en oversikt over informantene med deres nye tilfeldige navn, alder, hvilken strømmetjeneste de i hovedsak bruker, i tillegg til hvilke andre tjenester for musikk de har brukt eller sporadisk bruker.

**Tabell 1: Oversikt over informantene**

<b>Informanter</b>	<b>Musikkstrømmetjenester</b>	<b>Andre tjenester</b>
Michael, 25år	Spotify	YouTube
Sofie, 24år	Spotify	iTunes
Linda, 24år	Spotify	YouTube, iTunes
Rakel, 24år	Spotify	
Natasha, 25år	Spotify	Tidal, YouTube, Radio
Rebekka, 25år	Spotify	Tidal, YouTube
Martin, 29år	Spotify	YouTube
Oda, 28år	Spotify	YouTube

### 3.3 Intervjuguide

Som nevnt tidligere ble det valgt å gjennomføre dybdeintervju av unge brukere av musikkstrømmetjenester, hvor det ønskede fokuset var å høre om informantenes egne refleksjoner rundt bruk, opplevelse og erfaring ved slike tjenester. Jeg har her valgt å strukturere intervjuguiden basert på eksempel intervjuguiden Tjora (2019) viser til i sin bok «Kvalitative Forskningsmetoder i praksis» med en oppvarmingsdel, hoveddel og avslutningsdel (Tjora, 2019, s. 153-157).

Oppvarmingsdelen av intervjuguiden har blitt bygd opp av mer generelle og lette spørsmål, og skal gi informantene muligheten til å fortelle om seg selv, samtidig som det skal hjelpe til med å skape en relasjon til informanten og gi informanten muligheten til å føle seg mer til rette i selve intervjusituasjonen (Johannessen, Tufte & Kristoffersen, 2004, s. 137). Da jeg allerede har en relasjon til alle informantene blir denne delen mer som en formalitet, i tillegg til å legge til rette for at intervjuet skal starte.

Selve hoveddelen er blitt delt opp i tre hovedtemaer og tar for seg musikkbruk og musikkinteresser, tilgang og bruk av musikkstrømmetjenester, samt en del med mer generelle spørsmål rundt musikkstrømmetjenester. Spørsmålene i denne delen av guiden er ment å få informantene til å reflektere over egen bruk, egne opplevelser og erfaringer når det kommer til musikkstrømmetjenester. Hoveddelens andre del har også blitt delt opp i fire undertemaer: *musikk perspektivet*, *delingsperspektivet*, *oppdagelsesperspektivet* og *remiks perspektivet*.

Både spørsmålene og inndelingen i denne delen har blitt utformet med bakgrunn i inspirasjon hentet fra en intervjuguide utformet i forbindelse med prosjektet STREAM, som min veileder Hendrik Spilker er en del av. Det har også blitt hentet inspirasjon fra kapittel to i boken «Digital Music Distribution: The sociology of online music streams» skrevet av Spilker (2018).

Denne oppdelingen av undertemaer gjorde det også enklere for meg å komme med flere passende spørsmål, i tillegg til at det skulle hjelpe meg og informantene når det kom til orden og struktur på intervjuet. En slik oppdeling av hovedtemaer og undertemaer skaper også en naturlig pause, slik at jeg som intervjuer og informantene får muligheten til å reflektere over svar som har blitt gitt, samt spørsmål som har blitt stilt, og skal stilles (Tjora, 2019, s. 157; Thagaard, 2009, s. 101).

For å runde av intervjuet har jeg avslutningsvis valgt spørsmål som skal gi informantene muligheten til å tilføye mer til spørsmål som allerede har blitt gjennomgått om det er ønskelig, eller komme med nye refleksjoner som h\*n selv mener er av relevans (Johannessen et al., 2004, s. 137).

Selv om intervjuet i utgangspunktet følger en strukturert form, hvor alle informantene skal bli stilt de samme spørsmålene i satt rekkefølge, vil ikke dette være noe jeg låser meg helt på. Dette fordi jeg ser muligheter for at flere spørsmål kan bli besvart samtidig, samt at det gjennom intervjuene kan dukke opp andre oppfølgingsspørsmål basert på svarene informantene gir (Postholm, 2010, s. 69).

Intervjuguiden er å finne under vedlegg 1 helt avslutningsvis i denne oppgaven.

### 3.4 Gjennomføring av intervju

Intervjuene ble gjennomført i perioden 3. – 11. februar 2021, og det ble i alt gjennomført åtte intervjuer. I begynnelsen hadde jeg avtalt hele elleve intervjuer, men som Tjora (2018) påpeker, avslutter man når man opplever metning; når nye intervju ikke lenger produserer nye momenter – noe jeg opplevde på intervju nummer sju. Jeg gjennomført likevel intervju nummer åtte da informanten allerede hadde satt av tid.

Intervjuene tok om lag 30 minutter, og det ble både gjennomført fysiske intervju hvor lyden ble tatt opp ved hjelp av lydopptaker lånt fra institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU Dragvoll, samt digitale intervju ved hjelp av tjenesten Teams.

Allerede etter det første intervjuet oppdaget jeg at flere av spørsmålene kunne bli besvart som en del av andre spørsmål, noe som gjorde at senere intervju bar preg av å være friere og ikke så bundet til intervjuguiden – i tillegg følte jeg meg også mer sikker på selve intervjusituasjonen og hadde derfor fått mer oversikt over hvilke spørsmål jeg skulle stille.

Selv om flere av informantene oppga flere like tanker og meninger rundt flere av spørsmålene, var det likevel noen punkter informantene viste seg å være forskjellige på – noe som åpnet opp for andre oppfølgingsspørsmål enn de jeg allerede hadde planlagt. Det ble også stilt oppfølgingsspørsmål basert på hva andre informanter hadde sagt i tidligere intervju, slik at jeg kunne få høre de andre informantenes synspunkter på det samme om jeg følte det var relevant.

Det at jeg hadde gått for et tilgjengelighetsutvalg så jeg på som en fordel når det kom til å ta kontakt med informantene senere for eventuelle tilleggsspørsmål, noe alle informantene også sa seg villige til. Dette gjorde det enklere å innhente mer informasjon senere i prosessen om det var noe jeg følte manglet, eller om det var noe jeg ønsket å høre mer om.

### 3.5 Behandling av datamaterialet

Alle intervjuene, både de som ble tatt opp ved hjelp av lydopptaker og de som ble gjennomført over Teams, ble raskt transkribert etter hvert som intervjuene var ferdige. Her gjorde jeg en ordrett transkribering, med enkelte modifikasjoner; som for eksempel ved å fjerne vokale uttrykk som jeg med sikkerhet vet ikke har noen betydelig betydning for selve oppgaven.

Ved utlån av opptaker fulgte det med spesifikke retningslinjer fra instituttet om hvor og hvordan selve transkriberingen skulle gjennomføres; hvor vi skulle lagre materialet og hva som måtte gjøres når transkriberingen var ferdig. Intervjuene gjennomført over Teams, ble lagret på samme måte som lydklippene, og transkribert på samme måte.

Alt av lydklipp og videoklipp ble slettet fra NTNU sin server og lydopptaker etter endt transkribering.

Et viktig punkt var å sikre informantenes anonymitet, samt sikre at datamaterialet ikke skulle havne på avveie. Dette innbar at jeg måtte håndtere datamaterialet med varsomhet og sørge for at ingen av informantene kan identifiseres eller oppspores. Som nevnt har jeg derfor gitt alle informantene nye tilfeldige navn, i tillegg til å utelukke enkelt informasjon som kan gjøre det mulig å identifisere informantene.

Den videre behandlingen av datamaterialet gikk ut på å skrive sammendrag av alle intervjuene, i tillegg til en oppsummering av hovedfunn, gjentakende tendenser og forskjeller ved informantene. Oppsummering ble i hovedsak skrevet ut i fra hva jeg selv husket fra intervjuene, før jeg gikk gjennom hvert enkelt intervju slik at jeg kunne skrive en mer detaljert oppsummering, samt sammendrag. Her ble det også inkludert relevante og interessante sitater fra informantene som jeg mente kom til å være viktige for den videre analysen.

Etter at sammendragene og oppsummering var ferdigstilt begynte jeg med kodingen. Dette ble gjort ved hjelp av verktøyet NVivo, og ble basert på de fire perspektivene Spilker (2018) har kategorisert gjennom sin forskning. Med bakgrunn i hva som kom frem i intervjuene valgte jeg kun å fokusere på de tre første perspektivene: *musikkopplevelsesperspektivet*, *delingsperspektivet* og *opdagelsesperspektivet*. Dette grunnet for lite innsamlet materiale til å dekke det fjerde perspektivet om remiksing. Etter at hovedtemaene for analysen ble bestemt var det enklere å finne ut hvilke koder å bruke under hvert av temaene, noe som ga en god oversikt over dataen jeg hadde tilgjengelig.

I første omgang ble analysen kun skrevet basert på empirien. Her ble kapitlene delt opp etter hovedtemaer og undertemaer ut i fra hvordan jeg hadde valgt å kode intervjuene. Jeg gikk så tilbake til teorikapittelet for å skrive dette ferdig. Ved å gjøre det på denne måten var jeg mer obs på hva jeg manglet av teori/tidligere forskning, og hadde en klarere plan på hva jeg var på utkikk etter. Jeg gikk så tilbake til analysen for å inkorporere teori/tidligere forskning inn i empirien som allerede var der.

Dette ga meg også muligheten til å sørge for at oppgavens tema og resultater ble knyttet opp mot empirien, og ikke bestemt på forhånd. I følge Tjora (2018, s. 18) blir dette sett på som en induktiv metode, hvor man går fra empiri og jobber seg oppover mot teori.

### 3.6 Forskningsetikk

Oppgaven ble godkjent av NSD den 25. januar 2021

Ved innsamlingen av data var det viktig for meg å ta hensyn til å bevare informantenes personvern, samt at det ble gitt tilstrekkelig med informasjon om hvilke rettigheter de hadde før de samtykket til å være en del av denne oppgaven.

Alle intervjuene ble avtalt på forhånd, og alle ble tilsendt både intervjuguiden og samtykkeskjemaet på forhånd slik at de fikk et innblikk i både hvilke spørsmål jeg kom til å stille og generell informasjon om oppgaven. Dette gjorde jeg for å få informantene til å føle en åpenhet rundt det hele, samt at de fikk muligheten til å forberede seg til intervjuet. Der det ikke var mulig for informantene å signere samtykkeskjemaet i forkant av intervjuet, ble det gjort en muntlig avtale om at informantene var innforstått ved alle sider av oppgaven. Jeg brukte en veiledende mal fra NSD (2021) til utformingen av skjemaet.

Selv om informantene hadde fått tilsendt samtykkeskjemaet før intervjuene ble det også gitt muntlig informasjon om deres rettigheter; frivillighet rundt å svare, at alle informanter vil holdes anonyme, at det gjennom hele prosessen er mulig å trekke seg og at det kun er jeg som oppgaveansvarlig som vil ha tilgang til datamaterialet. Det ble også gitt informasjon om at lydopptak og videoopptak ville bli slettet ved endt transkribering.

Et viktig punkt å trekke frem her, når det kommer til intervjuene, var at ingen av spørsmålene som ble stilt krevde noen form for personlig informasjon fra informantenes side.

### 3.7 Vurdering av datamaterialet

Innenfor kvalitativ forskning blir datamaterialet gjerne drøftet opp mot kvalitetskriteriene *pålitelighet*, *gyldighet* og *generaliserbarhet*. Det blir i noen grad også snakket om *troverdighet*, *bekreftbarhet* og *overførbarhet* (Tjora, 2018, s. 231). I denne oppgaven vil jeg ta i bruk de tre første kriteriene.

God pålitelighet handler ifølge Tjora (2018, s. 264) om hvorvidt det kan oppfattes en klar sammenheng mellom empiri, analyse og resultater i en undersøkelse, og at dette ikke blir styrt av personlige, politiske eller andre faktorer som det ikke er redegjort for. Det var derfor viktig for meg at alle valg som ble tatt gjennom hele prosessen ble grundig gjennomtenkt og kunne støttes opp av tidligere forskning gjort på lignende tema. Det var også viktig for meg å holde meg så objektiv som overhodet mulig gjennom intervjurunden slik at informantenes svar ikke skulle være farget av mine tanker og meninger.

Når det kommer til intervjuene og selve datainnsamlingen, anser jeg ikke at mitt allerede etablerte forhold til informantene har vært med på å svekke påliteligheten til denne oppgaven, men heller styrket den i form at av tilliten mellom oss allerede var tilstedeværende.

En tillit som kan ha gitt informantene en trygghet i intervjusituasjonen som gjorde det enklere for dem å komme med genuine meninger og tanker rundt de spørsmålene jeg stilte. I tillegg mener jeg at dette forholdet og tilliten som allerede var der gjorde at samtalen fløt mer naturlig og skapte rom for enkel oppfølging om det var noe jeg trengte klarhet i ved en senere anledning.

På den andre siden er det derimot vanskelig å se for seg at en annen forsker uten et forhold til informantene ville ha kommet frem til andre svar. Oppgavens problemstilling og underspørsmål er også av såpass liten sensitivitet, noe jeg mener ville ha gjort at også en annen forsker ville ha kommet frem til det samme. Det skal likevel nevnes at påliteligheten kan ha blitt svekket under intervjuene ved at informantene kan ha misforstått enkelte spørsmål og likevel valgt å svare. Dog mener jeg at dette ikke skal være noe problem i denne oppgaven da jeg hele veien stilte spørsmålene så tydelig som mulig med klare oppfølgingsspørsmål, samt tok meg tid til å komme med klare eksempler om informanten virket usikre.

Med bakgrunn i dette mener jeg at jeg har klart å sikre en høy pålitelighet i denne oppgaven.

Som Tjora (2018, s. 232; 234) skriver, blir gyldighet knyttet opp mot spørsmålet om hvorvidt de svarene som er å finne i forskningen faktisk svarer på de spørsmålene som stilles, slik at det ligger en logisk sammenheng til grunn mellom utformingen av oppgaven og funnene.

I henhold til denne oppgaven har den blitt basert på tidligere forskning, herunder både publiserte studier og tidligere masteroppgaver som har tatt for seg utvikling, bruk, holdninger til musikk og musikkstrømmetjenester, samt algoritmer. Funnene som har blitt presentert i disse studiene og oppgavene danner dermed et grunnlag for min utforming av oppgavens problemstilling og underspørsmål. Intervjuguiden ble så utformet med bakgrunn i dette, og med utgangspunkt i intervjuguiden fra STREAM, slik at spørsmålene hang sammen med det jeg ønsket å undersøke. Basert på den tidligere forskningen satt jeg igjen med en viss oversikt over mulige resultater min kvalitative forskning kunne gi, samtidig som jeg var klar over hvilke spørsmål som kunne gi varierende svar sammenlignet med den tidligere forskningen. Informantene i denne oppgaven viste også engasjement i forhold til spørsmålene som ble stilt, samt viste en genuin interesse for oppgavens overordnede tema.

Med bakgrunn i dette mener jeg at empirien i denne oppgaven har gitt meg den nødvendige informasjonen jeg trenger for å kunne svare på den valgte problemstillingen og underspørsmålene, noe som dermed er med på å underbygge denne oppgavens gyldighet.

Generaliserbarhet henger sammen med oppgavens gyldighet, og er i følge Tjora (2018, s. 231) knyttet opp mot «forskningens relevans utover de enheter som faktisk er undersøkt». Hensikten med denne oppgaven er ikke å generalisere eller påstå at absolutt alle unge brukere av musikkstrømmetjenester opplever bruken og algoritmene på samme måte, eller at alle har det samme forholdet til musikk og bruker musikk på samme måte. Målet var å se hvordan dette kan ha endret seg over tid sammenlignet med funn fra tidligere studier gjort på det samme feltet, og kan på den måten bli sett på som et supplement til den eksisterende forskningen, i tillegg til å fungere som en byggestein til videre forskning til samme eller lignende tema.

Det kan likevel antas at hovedfunnene i denne oppgaven kan være gjeldende ut over utvalget som har blitt undersøkt i denne oppgaven, ved at funnene og tolkningene mine blir støttet opp av tidligere forskning og allerede etablerte teoretiske perspektiver.

## 4 Musikkopplevelsesperspektivet

I sin bok fra 2018 har Spilker kategorisert fire ulike perspektiver av musikkbruk, og som han skriver så handler musikkopplevelsesperspektivet om de sosiologiske og psykologiske prosessene som skjer når man lytter til musikk. Det er også et perspektiv som minner oss på at det å lytte til musikk er selve hjertet i en hver musikalsk opplevelse (Spilker, 2018). Dette er også grunnlaget for denne første delen av analysen. Her skal jeg se nærmere på hvordan informantene selv forklarer sin bruk av musikkstrømmetjenester, hva som ligger til grunn for hvordan de velger ut musikk og hvilken rolle musikken spiller i deres hverdagsliv. Det vil videre bli sett på hvordan de selv begrunner deres musikkinteresse, samt hvordan musikksmaken eventuelt har endret seg i forhold til alderen.

Både i dette kapittelet og de to påfølgende vil empirien bli satt opp mot teorien og den tidligere forskningen som har blitt presentert i kapittel 2.

### 4.1 Bruk

Som det kommer frem av den tidligere forskningen bruker vi mennesker en enorm mengde tid og penger på å lytte til musikk, vi tilskriver den en viktig rolle i våre liv og vi har ulike behov vi ønsker at musikken skal være med på å oppfylle – noe som med dagens teknologi har blitt mye enklere enn tidligere, og som Bull hevdet i 2005 er dette et behov som vi nå har muligheten til å oppfylle *on the move* (Lonsdal & North, 2011).

I likhet med de fleste andre teknologier har også musikkstrømmetjenester gått gjennom en domestiseringsprosess, hvor de har gått fra å være noe man kun skaffet seg til å bli noe eget for brukeren (Skjølsvold, 2017). Tall fra 2020 viser også til hvordan musikkstrømmetjenester har blitt en såpass stor del av hverdagen til de fleste her i Norden, da hele ni av ti her strømmer musikk (Olsen, 2020). En kan derfor spørre seg selv om musikkstrømmetjenester også har mistet dette magiske aspektet sitt gjennom den endringene de har gått gjennom grunnet domestiseringsprosessen slik Skjølsvold (2017, s. 169) antyder at både radioen, telefonen og TV-en har. Dette på grunn av deres rolle som hverdagslige teknologiske objekter som sømløst blir tatt i bruk.

Likevel, uavhengig av om musikkstrømmetjenester har mistet sitt magiske aspekt eller ikke, var det tydelig at informantene i denne oppgaven kan vise til et høyt forbruk av musikkstrømmetjenester; de har blitt en inkorporert del av deres hverdag og noe som flere trenger for å kunne gjennomføre hverdagslige gjøremål og aktiviteter slik både Spilker (2018, s. 29), Kjøs (2016) og Hagen (2015; 2019) trekker frem i sin forskning.

Jeg kan ikke ta bussen uten å høre på musikk. Jeg har ofte dradd innom kiosker og sånt for å kjøpe headset om jeg ikke har hatt det med, om jeg skal hjem fra byen eller noe sånt, fordi det er drit viktig for meg.

I sitatet over forteller Linda om hvordan musikk har blitt en såpass viktig del av livet hennes når det kommer til å ferdes på kollektivtrafikk ved at det noe hun ikke klarer seg uten. Musikk er for henne noe som får distansen til å føles kortere, men også noe som gir henne en form for trygghet og følelse av ikke å være alene.



Bruken av musikkstrømmetjenester og musikken selv blir brukt som en form for avledning hvor Linda får muligheten til å rømme bort fra resten av verden rundt seg på samme måte som det blir en form for underholdning ved å få tiden til å gå (Lonsdal & North, 2011). Hun viser også til hvordan musikken og bruken har fått tilskrevet en mening og innplassert i et bruksmønster slik det vises til av både Silverstone og Sørensen når det kommer til domestiseringsprosessen (Skjølsvold, 2017, s. 161-162).

Flere av informantene viste også til en klar formening om hva de vil høre på og hva de går etter når de åpner Spotify, og som regel baseres dette på hvilket humør de er i, men også hvilket humør de ønsker å være i slik det blir beskrevet av Linda i sitatet nedenfor:

[...] jeg hører jo på musikk ut i fra hvordan humør jeg er i ganske ofte, så hvis jeg er litt lei meg, og føler for å ha en sånn dag hvor jeg kan deppe litt, så hører jeg på trist musikk. Men det kan jo også bli at jeg bruker musikken til å gjøre meg mer glad da, komme ut av det på en måte [...]

I forskningen til Lonsdal og North (2011) blir det vist til tre sosiale funksjoner vi som brukere ønsker at musikk og massemedier skal tjene oss, og i Linda sitt tilfelle er det ønsket om å bruke musikken til å håndtere humøret som blir oppfylt her. I tillegg er det også tydelig at det ikke bare handler om å håndtere ens nåværende humør, men også å påvirke humøret i den retningen man selv vil slik som informantene i Nag (2010) sin studie også viser til. En annen som kunne fortelle hvordan musikken hun hørte på ble valgt ut basert på humør var Sofie. Hun fortalte også hvordan hun ofte kunne irritere seg over musikk som ikke sto i stil med humøret hun var i, eller spillelister som viste seg å inneholde noe annet enn hva navnet på listen antydde:

[...] jeg kan irritere meg skikkelig over musikk som ikke passer mitt humør, også irriterer jeg meg over for eksempel om jeg skal høre på en sånn spilleliste som «happy beats», så kommer det noe som ikke er *happy* for eksempel, da blir jeg sur – for det funker ikke.

For hennes del var det med andre ord viktig at musikken skulle gjenspeile hvordan hun følte seg, mens musikken som en påvirker havnet i andre rekke. Natasha kunne også nevne dette forholdet mellom musikk og gjenspeiling av person:

Jeg føler at mye av musikken gjenspeiler meg, men det er jo også litt fordi alle de der glir jo litt over i hverandre [...] men jeg tror også at de gjenspeiler litt ja, hvordan jeg er som person.

Musikken kan på denne måten sies å ha en innvirkning på hvordan vi presenterer oss for andre, hvor den har fått en rolle som en meningsdannende teknologi hvor den på den ene siden virker inn på brukerens identitetsforståelse og selvidentitet – hvor den både skal gjenspeile hvordan man føler seg og hjelpe til med å tilpasse humøret etter eget ønske. På den andre siden skal den også være med på å hjelpe andre med å forstå brukeren (Skjølsvold, 2017, s. 162; Lonsdal & North, 2011).

I tillegg til at humør er en viktig faktor når det kommer til utvalgelse av musikk for informantene, var det også en klar enighet om at «det avhenger veldig av situasjon», sosiale settinger og som Oda sier «hvilke folk jeg er sammen med».

[...] så er det jo selvfølgelig om man er på road trip eller noe sånt da, setter på allsang sanger liksom, ja og på fest så er det jo mest i bakgrunnen da – det er ikke sånn at man setter på en sang for å digge til den, eller kanskje på nach, kanskje det blir litt allsang der også.

I Linda sitt tilfelle, handler det her om de mellommenneskelige forholdene og personlige relasjonene som det vises til i forskningen til Lonsdal og North (2021). Her sitter informantene med et ønske om at musikken skal være noe som gir glede for alle involverte parter, samtidig som den skal være med på å supplere stemningen i rommet – hvor musikken har en effekt på både det sosiale, men også på hvordan brukerne opplever følelsen av tid og rom i form av avledning, underholdning og som pådriver til dialog (Spilker, 2018; Nag, 2010).

Skal man se nærmere på det sosiale, og da også de sosiologiske prosessene, kan det å sette på musikk som blir godt likt av alle parter være med på å styrke de sosiale båndene som allerede er tilstedeværende ved at det blir vist til en forståelse for at man kjenner de man er sammen med. Det kan likevel argumenteres for at musikk som ikke blir akseptert av alle parter også kan være med på å styrke disse båndene ved å danne et grunnlag for å bli bedre kjent (Nag, 2010). De fleste informantene hadde dog ganske klare formeninger om hvilken stil eller sjanger de gikk for, avhengig av hvilken situasjon de befant seg i eller hvilken aktivitet som skulle gjennomføres:

I jobbsammenheng, om jeg hører på musikk så er jeg veldig glad i høre på for eksempel filmmusikk [...] er jeg på fest er det jo selvfølgelig party musikk, før jeg skal legge meg kan det være litt sånn rolig pop eller RnB, hvis jeg trener så er det [...] sånn der party musikk, dansemusikk, og hvis jeg skal rydde og vaske så er det rock, hard rock.

Når det kom til aktiviteter som trening, jobb og husarbeid var det tydelig at musikken ofte opptrådte som en form for hjelpemiddel i form av motivasjon til å få noe gjort, eller som hjelp til å fokusere slik Rakel viser til i sitatet nedenfor:

[...] det er liksom ulike situasjoner hvor jeg trenger ulik musikk til, som når jeg studerer for eksempel så liker jeg å ha sånn musikk som det ikke er noe tekst i [...] for da blir jeg veldig forstyrret. Mens når jeg trener så vil jeg at det skal gå så fort som overhodet mulig [...] hvis jeg løper så kan jeg løpe i takt, også går det litt mer sånn av seg selv og jeg blir motivert. Det er de to: trening og studering hvor jeg bruker musikk mer aktivt som et hjelpemiddel.

I tillegg kunne det å sette på riktig musikk for Rebekka sin del, handle om å få selvtillit nok til å ta fat på dagens gjøremål:

Jeg har en egen spilleliste med sånn der kvinnelåter, altså sånn der når du skal på jobben og tenker at i dag må jeg ha selvtillit, og da bare blaster jeg den, også har jeg selvtillit!

Musikken blir på denne måten brukt både som et supplement til informantenes hovedaktiviteter, men også som en form for avledning. Her handler det i hovedsak om en form for underholdning mens man gjennomfører aktiviteten eller gjøremålet, og er da med på å påvirke denne opplevelsen av tid som det har blitt snakket om tidligere. Dette er også med på å understreke det Kjus (2016) viser til når det kommer til at musikklytting nå skjer i flere hverdagssituasjoner enn tidligere, og da som oftest som en sekundæraktivitet. I tillegg viser dette til hvordan det enorme musikkinnholdet man har tilgjengelig er med på å gi brukerne passende musikk til alle anledninger slik tidligere forskning også har vist til (Nag, 2010).

Michael og Martin kunne derimot vise til hvordan musikk ikke alltid opptrer som en sekundæraktivitet:

Så hender det også at jeg gjør det som aktiv lytting, der jeg bare setter meg ned i sofaen og bare hører et album liksom, tvers gjennom uten at jeg gjør noe mer, det er ikke like ofte da.

Veldig sjeldent at jeg sitter hjemme, tenner stearinlys og setter på Elton John – veldig sjeldent sier jeg, men det har skjedd.

Uavhengig av sitatene ovenfor, er det tydelig at alle informantene i denne oppgaven har et høyt forbruk og en unison bruk av musikkstrømmetjenester og musikk; det er noe de hører på og tar i bruk hver dag, utvelgelsen baseres stort sett på humør, situasjon og sosiale settinger hvor det i bunn og grunn handler om å justere forholdet mellom humør, miljø og musikk – noe som musikkstrømmetjenester nå har gitt oss muligheten til å gjøre når som helst og hvor som helst (Spilker, 2018).

Informantene viser også til hvordan musikk er noe som opptre som et supplement til noe annet, hvor det handler om at den skal stå i stil med primæraktiviteten – noe som vises tydelig ved at de har klare meninger om hvilken musikk som blir valgt i sammenheng med trening, skolearbeid, sosiale settinger e.l..

Informantene viser også til at musikk er noe som opptre som et supplement til noe annet hvor det handler om at den skal stå i stil med primæraktiviteten – noe som vises ved at de har klare meninger om hvilken musikk som blir valgt ut under trening, skolearbeid, sosiale settinger e.l..

Det er også tydelig at musikken skal være med på å håndtere eller påvirke humøret i den retningen brukeren selv ønsker. Musikken er med på å gjenspeile brukeren slik en selv oppfatter seg, og det kan derfor virke som om informantene i denne oppgaven har gjort musikkstrømmetjenester og musikk til noe eget og noe som har mening.

Som det kommer frem av den tidligere forskningen på domestisering, så handler det om hvordan teknologien potensielt endrer brukeren og hvordan brukeren potensielt fører til endring i teknologien, her kan det dog tenkes at teknologien har bidratt til større endringer hos brukeren enn endringer i teknologien grunnet brukeren og bruken (Skjølsvold, 2017, s. 27; Berker et al., 2006, s. 7).

Med utgangspunkt i dette skal jeg i det neste delkapittelet se om denne likheten rundt musikkbruk henger sammen med hvor musikkinteressert informantene er.

## 4.2 Interesse

Selv om alle informantene kan vise til et godt forhold til musikken, samt gjennomgående erfaringer med musikkstrømmetjenester sprer de seg når det kommer til hvor interessert de faktisk er i musikk. Linda, Michael, Natasha og Rebekka har i sine intervjuer valgt å definere sin egen musikksmak som ganske høy – og plasserer seg med andre ord i toppsjiktet på en tiltenkt skala over musikkinteresse. Martin, Oda, Rakel og Sofie velger derimot å definere seg selv som ganske gjennomsnittlig når det kommer til musikkinteresse, og kan dermed regnes som middels interessert.

Det er her verdt å merke seg at informantene har definert sin egen musikkinteresse, middels eller høy, ut ifra egne kriterier.

Natasha som selv anser seg som en med høy musikkinteresse har kommet frem til dette gjennom en egenkonstruert skala fra 1-10. Her har hun valgt å definere seg selv som en 7'er, hvor hun mener at det å plassere seg som en 10'er er ensbetydende med å være musiker.

Sofie som på sin side anser seg selv som en med middels interesse, argumenterer for dette med at hun enten kan være veldig interessert i veldig spesifikke ting, mens det andre ganger kan gå uker mellom hver gang hun hører på noe hun virkelig er glad i:

[...] men det kan også gå uker hvor jeg ikke hører på musikk som jeg er veldig veldig glad i [...] også glemmer jeg litt bort at jeg liksom skal høre på musikk fordi det er noe jeg liker å høre på.

Det kan med andre ord tyde på at musikken for hennes del har blitt såpass inkorporert i hennes daglige liv at det for henne ikke lenger handler om å sette på musikk hun liker, men heller å sette på musikk fordi det har blitt en rutine – noe man bare gjør.

Hun glemmer med andre ord det Spilker (2018) trekker frem som hjertet i alle musikkopplevelser; lytting.

Michael som i likhet med Natasha har høy interesse for musikk, mener dette er på grunn av at musikk alltid har vært en av hoved-hobbyene hans hele livet, og derav har en større betydning for han utover kun lytting. Det handler her om hele opplevelsen fra å lytte, oppdage, spille og informere seg selv. Linda på sin side mener derimot at hennes høye interesse henger sammen med at hun hører på musikk hver dag og at det går i ett med hennes andre daglige praksiser og rutiner (Skjølsvold, 2017, s. 160-161).

Jeg er ganske interessert i musikk, og det tenker jeg er fordi jeg hører på musikk hver dag, men jeg er ikke så interessert i musikk at jeg liksom vet hva alle i et band heter eller hvor lenge de har spilt sammen – historien liksom. Men det er ikke der jeg legger min interesse – men ja, jeg er ganske interessert i musikk!

Selv om Natasha, Michael og Linda her legger frem ulike grunner til hvorfor de har valgt å definere sin musikkinteresse som høy, nevner alle at musikk er noe de hører på hver dag – noe som også er et fellestrekk blant de som har valgt å definere seg som middels interessert i musikk, slik Martin har.

For hans del handler det om at han ikke lenger hører på noen spesiell sjanger eller stil, men heller velger å basere musikkvalget sitt på humøret han er i – noe som delkapittelet ovenfor har vist til som en viktig faktor hos flere av informantene når det kommer til musikkutvelgelse.

Med dette i bakhodet vil jeg i det neste delkapittelet se nærmere på hvordan informantene selv forklarer sin egen musikksmak og om denne har forandret seg med alderen. Da alle informantene i denne oppgaven forteller at de er rimelig interessert i musikk, vil det derfor være interessant å se om det finnes forskjeller blant dem når det kommer til hvordan de selv definerer denne smaken og i hvilken grad den blir brukt til å definere dem selv.

## 4.3 Smak

Av den tidligere forskningen har det blitt vist til hvordan musikk har vært en viktig del av oppveksten for de fleste av oss, samt hatt en sentral rolle som identitetsmarkør siden minst 1950-tallet (Spilker, 2018; Nag, 2010). Den enkeltes musikksmak kan dermed ha mye å si når det kommer til hvordan vi fremstår for andre, men også for hvordan vi *ønsker* å fremstå for andre. Som Nag (2010) trekker frem er denne fremtoningen særlig viktig for den yngre aldersgruppen, ved at de streber etter å vise frem riktig smak til de rundt seg – noe som kan kobles opp mot at vår identitet er mer flytende og i forandring i denne perioden slik det blir påpekt i forskning gjort av McQuail, Blumer og Brown (som referert til i Lonsdal & North, 2011).

En kan også anta at vårt behov for å finne ut hvem vi selv er også er mer fremtredende i denne perioden. Når det kommer til riktig smak kan det her handle om det alle andre hører på eller det som er mest populært i følge ulike musikklistene og ekspertanbefalinger.

I denne oppgaven fortalte også flere av informantene om hvordan de rundt dem hadde hatt en stor påvirkning på deres musikksmak i ung alder, da de hadde et ønske om å passe inn og en frykt for å skille seg ut.

[...] når jeg prøver å tenke tilbake til ungdomsskolen så tror jeg ikke at jeg hørte så mye på musikk, [...], jeg tror jeg var ganske opptatt av å høre på det samme som alle andre.

For andre handlet mye av musikksmaken man viste frem i ung alder om hvordan man ønsket å fremstå for andre. Sofie la også vekt på at den musikken hun hørte på i yngre alder var mer personlig sammenlignet med hva hun lytter til i dag. For hennes del kan det dermed virke som om musikk som en identitetsmarkør var et faktum for henne i denne perioden, men at musikkens rolle som identitetsmarkør har forsvunnet med alderen.

[...] sånn som jeg hørte på musikk på ungdomsskolen, så var det veldig personlig, og det var liksom min personlighet og hvordan jeg ville fremstille meg for andre.

Michael kunne også fortelle hvordan hans musikksmak i ung alder var noe preget av hvem han var med og det miljøet han befant seg i, og valgte å beskrive denne smaken som noe mer snobbete. Likevel følte han, i likhet med Sofie, at både musikksmaken og interessen hans på ungdomsskolen begynte å bære mer preg av identitet enn tidligere og at denne påvirkningen andre hadde på hans musikksmak gradvis forsvant. Begge satt også med en følelse av mer åpenhet og toleranse ovenfor musikk nå som de har blitt eldre, samt en enighet om at det ikke lenger er like viktig for dem å høre på det alle andre hører på eller å fremstille seg selv som kulere for å passe inn:

[...] nå er jeg kanskje ikke så opptatt av det, så det er kanskje en sånn endring som har skjedd da, at det ikke er så nøye at alt passer helt til den kule personen som jeg har lyst til å fremstille meg som. Så det er kanskje noe som kommer med årene, at man blir mer tolerant, judge ikke en artist bare fordi det ikke passer med din stil da.

Oda var enig i dette med å bli mer åpen og tolerant med alderen, men vektla samtidig hvordan sjangre og stiler som har fulgt henne gjennom oppveksten fortsatt har en viktig plass i hennes liv og noe hun ofte favoriserer fremfor noe annet:

På ungdomsskolen så hørte jeg mye på sånn emo, punk band, og jeg hører jo på det enda egentlig, det er jo den type sjangre jeg foretrekker. Så, jeg vet ikke, jeg har blitt mer altetende jo eldre jeg har blitt når det kommer til musikk.

Tatt i betraktning av at Oda er en av de eldste av informantene i denne oppgaven og dermed levd lenger uten dette enorme musikkinholdet vi nå har tilgjengelig for oss, kan det antas at hennes musikksmak i yngre alder sitter dypere hos henne, da hennes musikkutforskning først skjedde på et senere tidspunkt i livet. Dette kan også tydeliggjøres når det kommer til hvordan Sofie velger å beskrive det som *fascinerende* å høre igjen musikk som opptok tiden hennes på ungdomsskolen, samtidig som hun vektla at det ikke var noe hun aktivt går etter nå. For henne handler det mer om den nostalgiske følelsen denne musikken gir henne, mens det for Oda sin del handler om at denne musikken fortsatt er en del av hennes identitet og da kanskje mer fremtredende som en identitetsmarkør hos henne.

Det kan derfor vise seg å ha skjedd en endring i musikksmaken hos de fleste informantene med alderen. En endring som Sofie og Natasha velger å beskrive som en *modnet musikksmak*. For Natasha henger dette sammen med at hun nå prioriterer musikk som gir henne noe uavhengig av om det er det mest populære eller mest hørt på av andre i hennes sosiale nettverk, men det for Sofie henger sammen med en mer åpenhet og toleranse ovenfor ulike sjangre og stiler.

I likhet med de andre informantene var også Rakel og Rebekka sin musikksmak preget av det mest populære i yngre alder, noe som Rakel nå mener har endret seg. Her beskriver hun ikke sin smak som mer moden slik Sofie og Natasha har gjort, men reflekterer heller over hvilke likhetstrekk det er å finne blant den musikken hun nå aktivt går etter.

Rebekka kjenner derimot ikke like mye på en endring og velger fortsatt ut musikk basert på hva som er mest populært, men trekker frem at hun kan ha «veldig mange merkelige utgreninger» som på mange måter skiller seg fra listepopen.

Disse utgreningene som Rebekka her sikter til var noe hun mente kun var mulig på grunn av måten Spotify som musikkjeneste har blitt bygd opp på – noe de andre informantene også var enige i; oppbyggingen til Spotify gir de muligheten til å utfordre seg selv og sin egen smak grunnet det enorme mangfoldet av musikk de møter på. De sier seg dermed enige i hva informantene i Spilker (2018) sin forskning viser til når det kommer til en endret og utvidet smak, samt nye lyttervaner. Likevel blir det vist til en bekymring for at dette enorme mangfoldet av musikk kan resulterer i et helt annet og mer negativt utfall ved at det blir for overveldende og vanskelig å finne ut hvor man skal starte sin musikkopplevelse – en bekymring som også har vist seg å være fremtredende hos informantene til Kjus (2016).

Altså, det gjør jo at jeg ikke har noen smak da! Jeg har ingen musikksmak lenger, og det tror jeg er fordi før så kunne man, da samlet man på CD plater, man lastet også ned musikk en periode, men da var det mye mer sånn spesifikt hva man gikk etter [...] da får du mye mer smak, mens nå er det litt sånn at du bare fordøyer alt.

Måten Martin her velger å forklare hans manglende musikksmak på, basert på alle mulighetene Spotify legger opp til, mener han kan sammenlignes med strømmetjenesten Netflix og hvordan man her velger ut en film. Det blir dermed ikke et utelukkende problem spesifikt for musikkstrømmetjenester, men et helhetlig problem for strømmetjenester som distribusjonsmodell i hans øyne.

[...] det blir litt samme med Netflix og film, hvis du leide en film på MIXen så var det den filmen du hadde den helgen liksom, men når du nå bare kan se 20 minutter, så gå til noe annet, så blir det noe annet – jeg føler det blir det samme med Spotify. Det blir en mer bruk og kast ting enn at man setter like mye pris på hver ting på en måte.

Han snakker her om et bruk og kast forhold til musikken som på mange måter kan være med på å vise til at musikk ikke lenger har en like sterk funksjon som identitetsmarkør i dagens moderne samfunn. En av grunnene til dette kan være, som informantene her henter til, at man ikke lenger klarer å skape dette langvarige forholdet til musikken man lytter på, da det å velge noe annet aldri har vært enklere. Som både Martin og Michael kunne fortelle i deres intervju var deres musikksmak i ung alder, i tillegg til å være preget av miljø og popularitet, også preget av hva de hadde tilgjengelig i hjemmet. Et bruk og kast forhold var med andre ord ikke en mulighet sammenlignet med hva vi nå har tilgjengelig.

Det kan med andre ord tenkes at vi, i likhet med å ta den moderne teknologien vår forgitt slik som Sørensen (2006, s. 40) viser til, også har endt opp med å ta musikken forgitt fordi vi vet at vi har tilgangen til mer, og fordi vi vet det alltid vil komme noe nytt.

Denne tilgjengeligheten og tilgangen på musikk som strømmetjenester har gitt oss, peker også mot at musikken har fått en mer omfattende og viktigere rolle i våre liv, slik som Spilker (2018) er inne på; vi holder oss ikke lenger bare til det kjente og kjære, men er mer åpne og tolerante til å utvide vår musikalske horisont ved at mye av musikkutvelgelsen nå baserer seg på hva den får oss til å føle, og hva den gir oss i motsetning til å være påvirket av hvordan vi vil fremstille oss og at den skal stå i stil med hva majoriteten hører på.

## 5 Delingsperspektivet

Det første perspektivet av musikkbruk som Spilker (2018) har kategorisert i sin bok er *the sharing perspective* (delingsperspektivet). Som han skriver i boken kan dette perspektivet kobles opp mot studier gjort på bruken av fildelingsnettverk, hvor delingen grunner i en gjensidig form for motivasjon og belønning – som for eksempel det å dele musikk med andre for å så bli delt musikk med tilbake (Spilker, 2018). Som vi har sett av den tidligere forskningen har Internett og strømmetjenester gjort det enklere for oss som brukere å dele personlig musikksmak via sosiale medier og strømmetjenestene selv, i tillegg til at deling fortsatt finner plass på fysiske møtesteder (Nag, 2010). Deling kan med andre ord foregå både i og utenfor deres valgte strømmetjeneste – noe jeg i de neste delkapitlene vil se nærmere på. Avslutningsvis vil jeg også se nærmere på om det er noen faktorer som spiller inn på hvorfor deling eventuelt ikke finner sted.

### 5.1 Deling utenfor Spotify

I kapittel 2 blir det vist til hvordan Spotify som strømmetjeneste har inkludert et sosial aspekt ved seg ved at brukere kan følge med på hva venner lytter til, følge andre brukeres spillelister, dele spillelister med hverandre, samt muligheten til å samhandle med andre på spillelister gjennom funksjonen *collaborate* hvor man kan lage og redigere spillelister i fellesskap (Hagen, 2019). I tillegg finnes det også flere måter for deling av musikk utenfor Spotify som for eksempel deling av nedlastede filer, CD-er, gjennom andre plattformer og den kanskje mer tradisjonelle; deling av musikk ansikt-til-ansikt.

I henhold til denne oppgaven var det særlig to varianter for deling som ble trukket frem; deling gjennom andre plattformer (online), og da særlig Instagram, og deling ansikt-til-ansikt (offline). To former for deling som begge kan falle inn under det Nag (2010) har valgt å definere som deling i liten skala. Tatt i betraktning at deling gjennom sosiale medier kan omhandle deling mellom to som ikke kjenner hverandre, og dermed kan defineres som deling i stor skala, velger jeg her å definere det som deling i liten skala med bakgrunn i at man som oftest følger og blir fulgt av mennesker man allerede har en form for relasjon til.

For informantene i denne oppgaven ble deling av musikk ansikt-til-ansikt ofte avgjort med bakgrunn i hvordan stemningen for deling var, og det ble som regel sett an om det ville være akseptabelt å komme med anbefalinger slik som Natasha beskriver nedenfor:

[...] men da blir det mer at man på en måte diskuterer musikk og allerede hører på musikk, da er det mer sånn at jeg kan anbefale sanger eller artister, men da er det mer basert på hva som allerede spilles.

Musikkdeling blir på denne måten ansett som et redskap for kommunikasjon, samt tatt i bruk for å styrke sosiale bånd offline (Nag, 2010). Som Spilker (2018, s. 27) viser til, kan deling også bli initiert ved en form for motivasjon og belønning. Om vi da ser nærmere på sitatet fra Natasha, er det diskusjonen om musikk som kan føre til denne motivasjonen, mens det fra mottageren sin side er anbefalingen som kommer fra diskusjonene som opptrer som belønningen.



Deling opptrer her som en kombinasjon av både motivasjon og belønning, og et ønske om styrkede sosiale bånd og skapelsen av en dialog – et punkt jeg vil gå mer innpå i oppgavens neste delkapittel. Et annet punkt jeg vil gå nærmere innpå i det neste delkapittelet, men som likevel vil være relevant å nevne er Spotify sin funksjon som gjør at man kan følge med på hva andre brukere lytter til og vis versa. Som sitatet nedenfor viser til er dette en funksjon som er mulig å slå av:

[...] det var vel egentlig før jeg fant ut at jeg kunne skjule den der, social tingen på siden, det høres litt asosialt ut, men det handler ikke om at jeg ikke vil se hva andre hører på, men jeg føler at jeg får mer ut av å på en måte høre det face to face da, liksom «denne må du høre».

Som Michael her forteller, handler det ikke om at han ikke ønsker å følge med på hva andre lytter til. Det handler heller om hva han føler denne informasjonen gir han, og det kan antas at det er det personlige aspektet ved deling på denne måten han føler forsvinner – og som er mer tilstedeværende ved en eventuell muntlig anbefaling. Forskere på slutten av 2000-tallet fant derimot ut av ved deling mellom venner satt man med et ønske om en synlig brukeraktivitet (Spilker, 2018, s. 27-28). Det peker derimot mot en oppstått endring om hvilke ønsker brukerne sitter med. Ved å gå tilbake til dette kontrollbehovet som nevnes i forskningen til Lonsdal og North (2011) hvor man ønsker å forstå hva som skjer i verden rundt oss, blir det med dette utsagnet enda tydeligere at dette behovet ikke lenger er et ønske fra brukernes side at musikken skal oppfylle.

En annen form for deling av musikk utenfor Spotify som informantene nevnte, var deling gjennom ulike sosiale medieplattformer – og da særlig gjennom bildetjenesten Instagram. Av informantene ble det her vist til en form for bevissthet til hva de velger å dele i form av å legge ut innlegg eller *stories* kombinert med musikk:

Hvis jeg skulle lagt ut en sånn type story, så må jeg tenke sånn «hvilke typer story kunne jeg ha lagt ut?», da måtte det ha vært sånn glad story, eller med venner, eller at jeg har vært på tur eller noen sånne greier da [...] (musikken) hadde nok gjenspeilet det jeg hadde lagt ut ja, men jeg tror også at jeg ville tatt en mer sånn populær sang, eller en som folk hadde kjent til da – for det er jo tryggest, man vil jo ikke bli dømt ut i fra musikksmaken sin når man legger ut en Instagram Story.

Som Linda forteller er det en frykt for å bli dømt basert på den delte musikken som gjør at hun heller velger å dele populær musikk fremfor noe hun selv liker. Dette var også en frykt som var fremtredende hos andre informanter, hvor det da ble prioritert å dele populær musikk som skulle matche innholdet. Martin og Michael mente derimot at det var viktigere og mer *rett* å dele noe de selv likte fremfor å fokusere for mye på hva som hadde størst sjanse for å bli akseptert av andre:

Nå legger ikke jeg ut så mange personlige innlegg på Instagram å sånt [...] når jeg legger ut sånn podcast så går jeg på puns – om «våre beste filmer» er podcast temaet så går jeg for noe sånn «we are the champions» eller noe som går i den der *det å være best* – men om det skal være et personlig innlegg, noe som jeg egentlig ikke gjør, så tenker jeg jo at det er kulere å bare vise musikksmaken sin da.

Jeg ville vel ha brukt musikk som jeg selv likte. For jeg føler at hvis jeg deler noe offentlig så føler jeg at det faktisk er, ikke viktig, men det er litt sånn, hvis folk jeg nesten ikke kjenner eller ikke kjenner skal høre en sang som jeg har valgt å legge ut, så tror jeg det ville være et eller annet som jeg selv likte.

Natasha som, i likhet med de fleste andre kvinnelige informantene som forholdt seg til å dele populær musikk på Instagram, kunne vise til en annen tilnærming i sammenheng med andre sosiale medier:

[...] når jeg har snakket med folk på Tinder, for det er jo en sånn funksjon der at man kan ha Spotifyen sin offentlig, og da har jeg jo pratet med noen, også har det vært litt sånn «åh, ser at du hører på mye av den samme musikken som meg, kan du sende den spillelisten?» eller noe sånt, og da sender jeg den.

Det blir her vist til hvordan deling med fremmede ikke trenger å foregå som noe ikke-påtrengende og mindre sosialt krevende, men heller som en måte for å skape sosiale bånd og åpne opp for kommunikasjon (Spilker, 2018, s. 27-28). Dette peker også mot en kombinasjon av deling i liten og stor skala. Her kjenner nødvendigvis ikke vedkommende Natasha før h\*n tar kontakt og etterspør spillelistene hennes, noe som Nag (2010) legger frem som et av kjennetegnene ved deling i stor skala, men samtidig er det interaksjon med Natasha som er det primære målet for vedkommende.

Når det kommer til deling i stor skala er det fildelingstjenestene PirateBay og Limewire som Nag (2010) i utgangspunktet viser til som eksempler. Dette er også tjenester som flere av informantene viser til å ha brukt i yngre alder og noe som ville ha vært mer aktuelt å utdype om denne oppgaven hadde blitt skrevet rundt samme tid som Nag publiserte sin studie. Nå derimot kan det virke som om det er et glidende skille mellom disse to formene for deling grunnet den teknologien vi har tilgjengelig.

## 5.2 Deling i Spotify

I artikkelen «The Streaming Paradox» av Maasø og Spilker (2020) forteller de hvordan strømmetjenester har vært gjennom store teknologiske og økonomiske utviklinger som de velger å oppsummere i tre ulike faser: the unlimited access phase, the social streaming phase og the algorithmic streaming phase. Når det kommer til deling er det fase nummer to, the social streaming phase som er mest aktuell å snakke om.

Som nevnt i delkapittel 2.2. Strømmetjenester, ble det i denne fasen lagt vekt på å implementere ulike verktøy som skulle oppmuntre brukerne til samhandling, deling og utveksling av musikk, og det ble lagt et fokus på å være sosial (Maasø & Spilker, 2020). Fokuset på hva en strømmetjeneste er og hva den skal hjelpe brukeren med var dermed flyttet og man satt med et ønske om at disse verktøyene skulle bli tatt i bruk.

I delkapittelet ovenfor går jeg gjennom ulike måter for deling av musikk utenfor selve musikkstrømmetjenesten, i tillegg til at det så vidt blir nevnt ulike måter for deling innad i tjenesten. For informantene i denne oppgaven handlet deling av musikk innad Spotify i stor grad om deling av spillelister, da enten i form av offentliggjøring eller ved å sende dem som link til de man ønsket å dele dem med. Deling av lyttervaner gjennom Spotify sin «friend activity» feed ble også nevnt som et verktøy for deling. I denne delen av oppgaven er det derfor disse verktøyene for deling jeg vil gå nærmere inn på ved å se nærmere på hvordan de blir tatt i bruk, hvor ofte de blir tatt i bruk og hvorfor de eventuelt ikke blir det.

I henhold til denne oppgaven kunne flere av informantene fortelle om et valg om å offentliggjøre spillelistene sine, samtidig som de viste til en form for bevissthet ovenfor hvilke lister som ble offentliggjort og hvilke de valgte å holde skjult; noe jeg vil gå nærmere inn på i det neste delkapittelet.

Av den tidligere forskningen gjort av Spilker (2018) blir det vist til hvordan deling av musikk kan omhandle et ønske om å styrke sosiale bånd. Et ønske som av informantene handlet om å holde spillelister laget i samarbeid med andre, i sammenheng med arrangementer eller sosiale sammenkomster offentlige slik at alle involverte parter satt på tilgang til nevnte lister. Lister som derimot ble laget på egenhånd og baserte seg på humør, situasjon eller stemning ble derimot ansett som mer personlige og dermed skjult for resten. Informantene viser seg dermed å ha klare formeninger om hvilket innhold som passer seg best i frontstage og hvilket innhold som egner seg best å holde i backstage kategorien (Aspling, 2011).

Med bakgrunn i at de fleste listene hennes var sjangerbaserte og dermed ikke ansett som personlige, hadde Natasha valgt å offentliggjøre flere av sine spillelister. Hun kunne likevel fortelle at valget om offentliggjøring ikke hadde noen sammenheng med at dette var lister hun aktivt ønsket å dele med andre. For at dette skulle inntreffe måtte en mottagende part etterspørre delingen.

[...] sånn er det jo også litt på fest for eksempel, om jeg spiller musikk så kan det være folk som spør hvilken spilleliste det er, og om jeg kan sende den. Men jeg sender aldri spillelister, liksom på eget initiativ på en måte. Jeg deler aldri med mindre folk spør.

Her blir det vist til hvordan deling ikke skjer på eget initiativ, men er nødt til å være noe som andre etterspør. I tidligere studier gjort på fildelingsnettverk, blir det av Spilker (2018, s. 27) vist til hvordan deling i enkelte tilfeller omhandler en form for motivasjon og belønning mellom partene. For Natasha er det nettopp denne formen for motivasjon som trenger å være tilstedeværende. I henhold til belønningsdelen vil det i dette tilfellet være aktuelt å anse det å styrke eller opprettholde sosiale bånd som påfølgende belønning, både for den mottagende parten, men også for avsender. I enkelte tilfeller kan en også anta at det kun handler om motivasjon for avsenderen, mens mottageren kun er ute etter å få tilsendt et gode i form av spillelister eller musikkbefalinger. Dermed, uten å fastslå noe, kan det vise seg at deling oppstår som en kombinasjon av hva de tidligere studiene viser til; både en form for belønning og motivasjon, men også et ønske om styrkede sosiale bånd og det å bare motta et gode (Spilker, 2018; Skågeby & Pargman, 2005).

Å motta en form for motivasjon for å dele viste seg i denne oppgaven å være en fellesnevner hos de fleste informantene. Flere fortalte her hvordan de kunne dele sanger og spillelister med venner og bekjente så lenge de ble etterspurt, i tillegg til at enkelte informanter viste til eksempler hvor deling foregikk mer naturlig da det allerede var etablert et delingsforhold mellom partene:

Hvis folk spør så gjør jeg det, også har jeg ei venninne som er veldig musikkinteressert [...] hun sender meg ofte mange sanger som hun vil jeg skal høre på, og da sender jeg sanger tilbake som jeg vil at hun skal høre på, så det er ikke sånn at jeg finner en kul sang og sender til alle vennene mine, det er mer sånn, personer jeg har en annen type relasjon til.

[...] det er noen faste da, jeg har to venner, som også er veldig interessert (i musikk) og vi deler en del sånne preferanser, og (familiemedlem) faktisk – vi har ganske mye til felles, så vi deler en del musikk med hverandre.

Her peker deling igjen mot denne kombinasjonen av ulike faktorer til hvorfor deling oppstår, i tillegg til hvordan deling er med på å støtte opp under allerede eksisterende praksiser partene har utviklet ved at de fortsetter å dele musikk med hverandre (Spilker, 2018; Nag, 2010).

Videre kunne en av informantene fortelle at deling ikke foregikk ved offentliggjøring av spillelister ved at han forteller eller viser de til andre, men at de ble sendt som direktelenke til den ønskede parten – noe som også kunne hende seg å skje i sammenheng med avspilling av musikk i sosiale lag:

Jeg deler noe av det, men ikke offentlig egentlig, da deler jeg det mer med venner på link. Men det er ikke så mye jeg deler av spillelister egentlig, har gjort det litt særlig hvis jeg har fest. Da er det greit å dele den, så kan folk liksom putte inn det de vil.

Det ble likevel nevnt av Michael at delingen som regel foregikk ansikt-til-ansikt, slik det blir beskrevet i delkapittelet ovenfor.

I tillegg til å dele spillelister har Spotify som nevnt en funksjon som lar brukere følge med på hva venner og bekjente lytter til, og vis versa (Hagen, 2019). Flere informanter pekte likevel på at dette sosiale aspektet som Spotify prøver å opprettholde både var forstyrrende og uinteressant:

Egentlig så bryr jeg meg ikke, jeg skjønner at det kan være et kult verktøy og plutselig finner man ny musikk – det er kanskje det som er ideen bak det også, at man kan oppdage artister, men egentlig så synes jeg at det er et forstyrrende moment på den siden. Fordi det interesserer meg ikke hva folk hører på.

For Martin sin del ble dette sosiale aspektet beskrevet som noe for passivt og av liten betydning da det ikke ga han noen bortsett fra informasjon som, av han og resten, ble ansett å være unødvendig.

[...] jeg synes det er litt passivt, når jeg har sett det, så er det litt sånn «ja okei, den vennen hører på det, okei», det er ikke noe du kan regere eller respondere på, så det blir litt sånn passivt, det blir ikke til noe nytte [...] det er ikke et sånt samfunn hvor man kommer med anbefalinger til hverandre, det er bare sånn «den personen hører på det – skal jeg høre på det?» Og det er ikke noe som engasjerer, og da bruker jeg det ikke.

Denne følelsen av et passivt sosialt aspekt var det flere informanter som også kjente på og det kan virke som om det er denne passivheten som ligger til grunn for at det hele ender opp med å være forstyrrende og uinteressant for de fleste.

Ved å oppsummere de viktigste aspektene som kommer frem av dette delkapittelet er det tydelig at deling som regel foregår i form av deling i liten skala slik Nag (2010) beskriver det, hvor informantene deler anbefalinger, tips og spillelister med mennesker de allerede har en form for relasjon til. Deling blir med dette et hjelpemiddel til å styrke sosiale bånd og støtte opp under allerede etablerte praksiser innenfor sine sosiale nettverk, samt danne grunnlag for diskusjon og kommunikasjon (Nag, 2010; Spilker, 2018; Skågeby & Pargman, 2005). Det er i tillegg en form for motivasjon som er nødt å være tilstedeværende for at delingen i det hele tatt skal skje. Likevel er det klare tegn på at deling ikke er noe som tar opp for mye av informantenes tid da ingen prioriterer å dele musikk med andre, hverken med venner og bekjente eller med fremmede.

De verktøyene som en gang i tiden ble implementert for å fremme deling og være sosial, som det blir vist til av den tidligere forskningen til Maasø og Spilker (2020), virker å være tilsidesatt og musikkstrømmetjenester ender dermed opp som en plattform hvor det å være sosial og dele innhold med hverandre ikke lenger har betydning.

### 5.3 Musikk som noe privat

Som det kommer frem av de to foregående delkapitlene foregår deling for informantene sin del både i og utenfor Spotify, og da stort sett med mennesker de allerede har en relasjon med. Tidvis handler deling kun om enkelte artister eller enkelte sanger, men som regel er det snakk om deling av spillelister.

I delkapittelet over blir det vist til hvordan enkelte av informantene har valgt å ha offentlige spillelister, samt fokusere på deling av musikk som de selv liker i motsetning til å basere dette på hva som er mest populært og kjent – noe som har vist seg å være mer prioritert i yngre alder (Nag, 2010). Samtidig blir det vist til at enkelte av informantene anser musikk og personlig musikksmak som noe mer privat og individuelt, og som dermed blir noe man velger å holde skjult for omverdenen. Det ble derfor, av flere informanter, vist til bevisste valg når det kom å skjule spillelister de selv hadde kuratert:

Det er ikke noe jeg er veldig gira på at skal ligge offentlig, så det er ikke et aktivt valg å ha de offentlig for at folk skal se min musikksmak [...] jeg føler at musikksmak er veldig sånn individuelt, at jeg føler ikke at det er noe jeg trenger å dele med verden.

I kapittel 5.2. Deling i Spotify kommer det frem at det som oftest er de mest personlige spillelistene som blir holdt skjult, mens lister laget sammen med andre eller som blir laget i sammenheng med ulike arrangementer offentliggjøres. Hva som blir sett på som personlige lister blir av den enkelte forklart som lister basert på humør, situasjon og stemning. Andre anser derimot disse som lister uten noe personlig preg, og velger derfor å offentliggjøre disse. Lister som baserer seg på sjanger blir av Natasha ansett som upersonlige og dermed lister hun kan dele med andre basert på at disse er en kombinasjon av både humør-, situasjons- og stemningsmusikk.

I tillegg til at enkelte spillelister blir skjult, valgte også flere av informantene å sette på *private session* under musikklyttingen slik at andre brukere ikke har muligheten til å følge med på hva man hører på. Grunnen til dette blir ifølge informantene basert på en unødvendighet for andre da «folk har ikke noe med hva jeg hører på» - noe som igjen blir koblet opp mot at en selv ikke har noe behov eller ønske om å følge med på hva andre brukere lytter til eller at de ikke bryr seg eller anser det som mer betydningsfylt å få slik informasjon levert privat.

Som Lonsdal og North (2011) har vist til i sin forskning har McQuail, Blumer og Brown foreslått fire ulike behov vi mennesker ønsker at musikk og massemedier skal oppfylle, hvorav punkt 1 handler om et behov for å forstå hva som skjer i verden rundt oss, nærmere bestemt et behov om kontroll. Funnene i denne oppgaven viser derimot til et annet behov, et behov for kontroll over eget liv og hvilke personer man velger å dele dette med. Det kan dog tenkes at dette behovet er mer relevant for andre massemedier enn det er for musikk.

For andre som derimot ikke hadde noe i mot at andre fulgte med på deres lyttervaner, kunne de likevel føle på at det hele kunne virke «[...] litt sånn invaderende av personlivet, [...] fordi det er jo, det å høre på musikk kan jo være veldig privat innimellom». Andre følte derimot mer på en frykt eller bekymring for å bli misforstått når det kom til å dele hva de hørte på, slik Oda beskriver i sitatet under:

Ja, musikk er jo, det er jo personlig. Og det er ikke at det hadde gjort meg noe om folk hadde sett eller hørt på hva jeg hadde hørt på – men, det er så enkelt for andre å misforstå en situasjon ut ifra hvordan musikk du hører på.

I 2010 gjennomførte Nag en studie hvor hun undersøkte verdien av musikk blant brukere og hvordan musikk brukes i sosial interaksjon. Studien hennes viste til en bekymring blant flere av informantene når det kom til at musikken de lyttet til skulle avsløre noe om humøret eller situasjonen de befant seg i, og det er nettopp denne bekymringen Oda viser til her. Det er dermed viktig å understreke at for Oda sin del handlet det om en bekymring for at det å dele at man hørte på trist musikk skulle være ensbetydende for andre at hun var trist. For som hun selv forklarer i sitt intervju, betydde ikke det å høre på trist musikk at hun faktisk var trist, det kunne heller handle om et ønske om avslapping.

Natasha kunne også kjenne seg igjen i denne bekymringen av hvor lett det var for andre å misforstå hvordan hun føler seg eller hvordan hun er som person, men kjente likevel på hvor «kult» det kunne være å følge mer aktivt med på hva andre lytter til, da dette kan føre til nye musikalske oppdagelser for hennes del.

Det er jo litt sånn, før man legger seg så setter man på en sånn der sippe sang, da vil man jo kanskje ikke at alle skal se å være sånn «oi, nå er hun litt lei seg», eller hvis man setter på Staysman når man står opp, så kan jo folk mene det er litt rart [...] jeg tror folk kan være litt sånn «hva i all verden er det Natasha gjør nå?».

Som det kommer frem tidligere i oppgaven følte også Linda på denne formen for frykt og bekymring for at andre kan komme til å dømme henne basert på den musikksmaken hun deler gjennom Instagram Story funksjon – en frykt som også var sterkt tilstede når det kom til offentliggjøring av spillelister. Hun hadde derfor tatt et bevisst valg om både å skjule hennes lyttervaner og spillelister for andre slik at denne frykten var noe hun selv kunne kontrollere.

[...] jeg tenkte at herregud det her kan jo ikke folk se at jeg hører på, folk må jo tro at jeg bare er lei meg liksom, så da gikk jeg inn på Spotifyen min å gjorde sånn at de ble private da, for jeg tenkte at det har jeg ikke så lyst til at folk skal se liksom.

Som nevnt er denne frykten for å bli dømt også noe som viser seg fremtredende i Nag (2010) sin studie, det blir også her lagt vekt på at dette er en frykt som er sterkere tilstede hos kvinner enn hos menn – noe denne oppgaven er med på å underbygge tatt i betraktning av at både Michael og Martin ikke gir uttrykk for å kjenne på denne frykten; for deres del handler det om å kunne vise frem sin egen musikksmak, mens det for jentene blir lagt vekt på å dele populær musikk som har større sjanse for å bli akseptert av flere. Det skal likevel nevnes at dette funnet blir vanskelig å generalisere til hele det mannlige kjønn med bakgrunn i at det kun har blitt intervjuet to menn i denne oppgaven og at det derfor er viktig å sette det hele i sammenheng med tidligere studier.

Hos enkelte av informantene var dette dog en frykt som flere kunne fortelle hadde gått over med alderen, og som dermed kan knyttes opp mot vårt behov for å finne ut hvem vi selv er, samt måten Nag (2010) beskriver vår identitet som mer flytende og i forandring i ung alder. I eldre alder kan det da antas at de fleste av oss har en klarerer forståelse over vår egen identitet og hvem vi selv er slik at vi kan gi slipp på denne frykten:

Da jeg var yngre hørte jeg mye på privat [...] jeg skammet meg over det jeg hørte på da, sånn Hannah Montana, så satt jeg på private session, men nå er det sånn «men for fader da, Hannah Montana er jo drit greit!».

Selv om det for informantene kan virke som om musikkstrømmetjenester og musikk har blitt en inkorporert del av deres hverdag, og videre gjort til noe eget og som flere på ulike måter velger å dele med omverdenen, er de fleste informantene lite opptatt av musikk som en delingsaktivitet (Skjølsvold, 2017, s. 161).

Både fordi deling ikke skjer aktivt, men må bli etterspurt til tross for alle verktøyene som strømmetjenester har implementert for at dette kan skje automatisk, men også fordi flere anser musikk som noe for personlig å dele. For flere av de kvinnelige informantene handlet det også om en frykt for å bli dømt eller misforstått av andre.

Musikken kan derfor sies å være noe som for flere av informantene havner i backstage-kategorien som Goffman snakker om, ved at man velger å holde både musikksmak og lyttervaner skjult for andre (Aspling, 2011). Det er likevel verdt å merke seg at Natasha kan være inne på noe når det kommer til å følge mer aktivt med på andre sine lyttervaner ved at det potensielt kan føre til nye oppdagelser.

Dette legger også grunnlaget for det neste delkapittelet hvor jeg skal se nærmere på hvordan informantene finner og oppdager ny musikk, hvilke faktorer som blir ansett som de viktigste for dem når det kommer til deres valgte musikkstrømmetjeneste – da med særlig fokus på oppdagelse og hvordan de forholder seg til algoritmer og anbefalingsfunksjoner.

## 6 Oppdagelsesperspektivet

Det tredje perspektivet kategorisert i boken til Spilker (2018) er *the discovery perspective* (oppdagelsesperspektivet), og handler rett og slett om hvordan brukere finner og oppdager ny musikk. Dette blir også det overordnende temaet for denne delen av analysen. Her vil jeg først se nærmere på hvordan informantene oppdager ny musikk basert på Nag (2010) sine ulike fremgangsmåter for oppdagelse, hvilke faktorer de verdsetter i en musikkstrømmetjeneste, både når det kommer til generell bruk, men også med tanke på tilrettelegging for oppdagelse. Avslutningsvis vil oppdagelse gjennom algoritmer og anbefalingsfunksjoner stå i fokus.

### 6.1 Fremgangsmåter for oppdagelse

Av den tidligere forskningen blir vi gjennom oppdagelsesperspektivet introdusert for fire ulike fremgangsmåter for oppdagelse av musikk (Nag, 2010). Den første fremgangsmåten omhandler oppdagelse på eget initiativ hvor brukeren selv setter av tid til aktivt å lete etter musikk på egenhånd (Spilker, 2018, s. 30; Nag, 2010). I denne oppgaven var det kun en av informantene som kunne vise til oppdagelse på denne måten:

[...] litt TikTok faktisk, men da er det mer at jeg på en måte går inn for det, for det jo liksom så mye, mange folk som legger ut videoer med musikk i bakgrunnen, hvor jeg kan bli sånn «åh, det var kult», så går jeg inn på, men da er det på en måte, jeg sitter ikke på TikTok å aktivt lytter på en sang på en måte, da er det mer det at jeg går inn for å se om jeg finner noe – hvis jeg finner en artis som jeg synes er kul, så går jeg inn der, også søker jeg opp sangen på Spotify i ettertid.

Det blir her dannet et skille mellom aktiv lytting og aktivt leting da TikTok som her blir brukt, ikke aktivt blir brukt til musikklytting, men heller som et hjelpemiddel til å oppdage noe nytt. I tillegg ble YouTube også trukket frem som en plattform hvor denne aktive letingen tok plass. Her fortalte Natasha hvordan hun tok bevisste valg om å tre utenfor sin egen lille musikalske boble ved å aktivt velge artister hun vanligvis ikke hører på:

[...] på YouTube så hører jeg på en måte [...] da er det mest konsertet jeg setter på. Jeg er veldig glad i den der *Tiny Desk Concert*, så da kan jeg sette på den, og da setter jeg gjerne på andre artister enn de jeg vanligvis hører på.

Den neste fremgangsmåten for oppdagelse av musikk som Nag (2010) introduserer for oss er oppdagelse gjennom sosiale nettverk. Her handler det i hovedsak om oppdagelser i form av anbefalinger og tips fra venner og bekjente, eller gjennom familie og kollegaer. Ifølge funnene til Kjus (2016) var det denne formen for oppdagelse som ble mest verdsatt av hans informanter. Enkelte informanter i denne oppgaven nevnte også dette som en av de bedre formene for oppdagelse. For Linda sin del hang dette positive synet på oppdagelse gjennom sosiale nettverk sammen med at anbefalingene kom fra mennesker som allerede kjente henne og som hadde en anelse om hva hun liker og ikke liker. Som Nag (2010) viser til er disse anbefalingene som regel høyst persontilpassede og målrettede fra avsenders side da det handler om å vise en form for forståelse for hvem mottageren er – og det kan dermed virke som om avsenderen har truffet på dette punktet i Linda sitt tilfelle.



Det viser seg likevel at disse anbefalingene ikke alltid treffer, selv om de fra noen som tidligere har vist til en forståelse for hvem mottageren er, slik det vises til i Sofie sitt tilfelle:

[...] (familiemedlem) anbefalte meg en sånn dude, vi har litt lik musikksmakk, så da lastet jeg ned det albumet da, skulle høre på det når jeg dro med buss eller tog eller noe, og da husker jeg at det, det var ikke noen match i det hele tatt, og etter det så har jeg ikke helt stolt på den der, anmeldelsen, men jeg prøver jo å sjekke det ut sånn i respekt for den personen som synes det er bra da.

Av den tidligere forskningen har vi sett hvordan musikksmak ofte er knyttet opp mot identitet, og at en god anbefaling som faller i smak hos mottageren kan bli sett på som en bekreftelse på at avsenderen har forstått mottageren som individ (Nag, 2010). Basert på dette kan det virke som om familiemedlemmet til Sofie ikke har skjønt hvem hun er med bakgrunn i at de har kommet med en anbefaling som ikke faller i smak. Dette kan være grunnet en endret musikksmak eller endret identitet fra Sofie sin side, eller det kan ha noe å gjøre med at Sofie er en av informantene som har valgt å skjule store deler av sin musikksmak fra omverdenen – noe som da kan ha en innvirkning på hvilke anbefalinger hun mottar. Som Goffman viser til i den tidligere forskningen skiller vi mellom hva vi velger å vise frem, frontstage, og hva vi velger å skjule for omverdenen, backstage (Aspling, 2011). En kan dermed anta at anbefalingene ikke treffer fordi de ikke blir basert på hele hennes musikalske smak fordi mye skjules backstage.

Spilker (2018, s. 30) og Nag (2010) viser også til tilfeldig oppdagelse som en av fremgangsmåtene for oppdagelse som faller inn under dette oppdagelsesperspektivet. Som det blir nevnt er dette en mangfoldig kategori som omfavner alle forekomster hvor musikk oppdages gjennom ulike primæraktiviteter som film og TV, shopping, sosiale sammenkomster osv. (Spilker, 2018).

[...] jeg kan ofte sitte med mobilen når jeg ser film eller serier, så dukker det opp en sang som jeg søker opp, og da kan det være sånn «den sangen liker jeg».

I tillegg til film og TV ble også det å være på fest, høre på radio eller «butikk-radio» nevnt som kilder hvor tilfeldig oppdagelse kunne oppstå:

[...] hvis jeg hører en sang mens jeg er ute for eksempel å handler eller noe sånt, også hører jeg et eller annet som de har på, så henter jeg opp den der Shazam (musikk gjenkjenner) å finner ut hva det er for noe, og da kan jeg fint, hvis jeg liker det, så kan jeg liksom høre et album av de og lese litt om de, og ja sjekker det ut.

Det er jo klart at jeg tar inspirasjon om jeg har hørt en sang på fest, radio eller noe sånt, som jeg liker, så søker jeg den opp på Spotify og legger den til.

En viktig faktor for informantene ved denne formen for oppdagelse var dens enkelthet; det er ikke noe man aktivt må gå inn for, men oppstår heller som en påfølgende bonus.

Flere av informantene nevnte også tjenesten TikTok som en plattform hvor tilfeldig oppdagelse av musikk kunne forekomme, og da i form av at man kom over noe man likte mens man satt og scrollet gjennom innholdet. Likevel var det noen av informantene som mente TikTok ikke var den beste plattformen for oppdagelse på grunn av dens gjentakende innhold og hvordan det å skille musikken fra den tilhørende videoen skapte problemer for senere lytting.

For Linda sin del handlet det derimot mer om en følelse av å havne utenfor tjenestens tiltenkte målgruppe:

[...] ser ofte på TikTok med (familiemedlem) som har det, så det er ofte sånn at jeg kjenner igjen de sangene, så hører jeg de på radioen og bare «det er en TikTok sang», og jeg vet liksom at Jason Derulo har laget en sang bare til TikTok for å sjekke ut hvor populær den sangen kan bli da, og den ble jo drit populær, og det tror jeg The Weekend også har gjort for å få ut musikken sin, og det tror jeg funker fjell jeg, men jeg tror det kanskje er til en litt yngre målgruppe, jeg tror de finner flere sanger på TikTok enn det jeg gjør.

Hun viste likevel til en forståelse til hvorfor TikTok kan bli ansett som en god kilde for oppdagelse når det kom til yngre brukere, samt hvilke fordeler tjenesten gir artister som sitter med et ønske om å få ut musikken sin. Dette viser seg også tydelig ved at Linda gjenkjenner sanger hun først har hørt på TikTok på radioen. Det kan likevel virke som om Linda faktisk oppdager musikk gjennom denne tjenesten, men at oppdagelsen først og fremst opptrer i underbevisstheten hennes; musikken blir oppdaget, hun kjenner den igjen ved senere anledninger, men det er ikke oppdagelser hun aktivt velger å gå tilbake til i form av selvbestemt lytting eller tilføyning i egne spillelister.

Den siste formen for oppdagelse som nevnes er oppdagelse gjennom musikkarrangementer som festivaler og konserter, eller ved å være på andre venues med fokus på musikk (Spilker, 2018, s. 30; Nag, 2010). I likhet med informantene til Nag (2010) er dette en form for oppdagelse som viser seg å være den de fleste informantene er minst opptatt av og der oppdagelse oppstår sjeldnere. Dette kan antas å henge sammen at denne formen for oppdagelse ofte overlapper med oppdagelse gjennom sosiale nettverk, ved at det som regel er venner som har foreslått hvilken konsert eller festival man skal dra på eller det kan ha en sammenheng med at man som oftest velger ut konserter og festivaler basert på at man allerede har kjennskap til artistene som skal spille (Nag, 2010). Det kan også antas at informantene er mer opptatt av det sosiale aspektet og at musikken på den måten opptrer mer i bakgrunnen uten å bli helt oppfattet.

Ved å komme med en kort oppsummering, viser informantene i denne oppgaven til at det som oftest er gjennom tilfeldig oppdagelse at ny musikk blir funnet – noe flere knytter opp mot hvor enkelt det er. Her handler det ikke om at informantene selv er nødt til å finne musikken, men at musikken finner dem. En annen fellesnevner informantene viser til er hvordan Spotify er den tjenesten de tyr til for å finne igjen denne nyoppdagede musikken.

## 6.2 Hvorfor Spotify?

Som det har vist seg var alle informantene raskt ute med å nevne Spotify som deres valgte musikkstrømmetjeneste; ikke bare var den tidligere versjonen både gratis og lovlig, den opparbeidet seg også en massiv popularitet grunnet det enorme innholdet tjenesten kunne tilby brukerne sine, noe som gjorde at tjenesten fremsto som attraktiv for mine informanter (Hagen, 2019; Kjus, 2016).

I yngre alder hadde flere av informantene både lastet ned musikk gjennom ulike fildelingstjenester som PirateBay og Limewire, samt tatt i bruk tjenesten iTunes for musikklytting – noe som både var ulovlig og kunne vise seg å bli dyrt i lengden:

Jeg tror det liksom var den første gratis greia som kom da, lovlig, jeg har jo lastet ned fra limewire før, da jeg var yngre da, men jeg tror at det var det første som var gratis da som kom [...] men ja, det var det første som kom og da hoppt jeg på det.

Etter Linda sitt minne var Spotify den første gratis strømmetjenesten for musikk hun kom over, og som derfor gjorde den veldig aktuell. Dette var også tilfellet hos de andre informantene. Likevel kunne flere av informantene fortelle om enkelte aspekter ved den tidlige gratisversjonen som ikke appellerte:

Jeg ble jævlig lei av de annonsene som kom, og når annonsene kom så ble det også ofte høyere lyd, så om du hørte på musikk, også plutselig kommer de annonsene så sprenge trommehinna [...] i tillegg til at når man hadde den gratisversjonen så kunne man ikke, eller jeg tror det var ti ganger du kunne bytte sang, så når du hadde brukt opp det så kunne du ikke velge i lista, da gikk det bare i rekkefølge [...] ganske irriterende at jeg ikke hadde noen flere valg.

Denne overfloden av annonser og restriksjoner fremsto som både forstyrrende og irriterende, og ødela på mange måter selve musikkopplevelsen. Natasha og Oda mente derimot å huske en mindre begrensede gratisversjonen enn hva de andre forteller om, og mente denne versjonen ga de det de trengte i en slik tjeneste:

Det var jo en helt ny verden – masse gratis musikk som du kunne høre på. Det var jo litt reklame, men det var verdt det. Du kunne liksom søke opp alle dine favoritt artister og høre på de så mange ganger du bare ville.

Som nevnt i delkapittel 2.2 Strømmetjenester, operer Spotify nå med to ulike ordninger; en gratisversjon med begrenset innhold, reklameoppbrudd og mindre bruksvalg, og en betalingsversjon uten disse begrensningene og oppbruddene (Hagen, 2019). Når informantene skulle fortelle hvorfor de valgte å gå over til betalingsversjonen, var det en utenlandsreise som lå til grunn for hvorfor Michael valgte slik han gjorde; han satt med et ønske om å ha muligheten til å kunne høre på Spotify i offline-modus, noe som bare den betalte versjonen kunne tilby. Martin pekte også på muligheten til å høre på musikk i offline-modus slik at han ikke trengte å bruke 4G like mye, noe som for hans del gjorde musikkutvelgelsen enklere ved at han begrenset valgene ut i fra hvor mange spillelister han på forhånd hadde lastet ned:

[...] jeg bruker ikke 4G med mindre jeg egentlig må, jeg laster alltid ned et par lister som jeg har gående. Eller podcast [...] det er jo kjekt med sånne spillelister hvor jeg slipper å tenke på det (hva jeg hører på).

Oda trakk også frem fordelene ved å høre på musikk i offline-modus, samt det å laste ned spillelister slik at man har muligheten til å høre på musikk selv om man befinner seg på plasser uten dekning og tilgang til Internett. Linda trakk derimot frem hvordan Spotify tilbyr studentrabatt ved deres betalingsversjon:

[...] så nå betaler jeg faktisk for det da, de har sånn studentratt vet du, så jeg tror jeg betaler sånn, jeg tror det har gått opp i pris da, så du betaler sånn 65 kr i mnd.

Det økonomiske aspektet ved å gå over til Spotify sin betalingsversjon var også noe Sofie trakk frem som en stor fordel sammenlignet med iTunes som hun tidligere hadde brukt.

En annen viktig faktor informantene trakk frem når det kom til hvorfor de valgte å betale for tjenesten, i tillegg til å favorisere Spotify fremfor andre musikkstrømmetjenester var måten tjenesten enkelt ga dem tilgang til hva enn de var på utkikk etter; enten ved søke-funksjonen eller allerede kuratert innhold, hvordan de tilbyr mer enn bare musikk, samt den massive mengden musikk man får tilgang på:

Nei, jeg synes jo det er veldig enkelt. Du finner alt mulig rar type musikk der [...] det er så mye musikk der, du kan høre på hva som helst, liksom podcast, lydbøker, det er så mye forskjellig du kan finne – og det synes jeg jo er positivt, du har så mange muligheter!

Martin som for så vidt var enig med de andre informantene når det kom til dette massive og nesten ubegrensede innholdet, mente dog at det var her det kunne oppstå problemer – noe han koblet opp mot hans tidligere utsagn om en ikke eksisterende musikksmak:

Enkelt, ubegrenset innhold, massivt, alt er der, men det er jo også det som er problemet noen ganger da – vanskelig å finne de små, småe diamantene i blant steiner. HaHa, «diamond in the rough» ikke sant.

Det Martin er inne på her kan knyttes opp mot det Kiberg (2018) og Maasø og Spilker (2020, s. 1-2) nevner som et mer ensrettet musikkonsum enn tidligere, hvor vi i dagens moderne samfunn har, grunnet Internett og alle våre teknologiske artefakter, fått tilgang på enorme mengder medieinnhold som vi er nødt til å navigere oss gjennom. I utgangspunktet burde dette føre til mer frihet og et mer brukerstyrt konsum, allikevel kan det virke som om innholdet har blitt for massivt til at brukerne har tid og lyst til å faktisk utforske dette innholdet. I tillegg har vi av den tidligere forskningen sett at strømmetjenester forsetter å favorisere systemer som fremmer allerede kuratert innhold på oss, noe som gjør at det å følge strømmen kommer ut som det lettere og mest tidsbesparende valget (Kiberg, 2020; Eriksson, 2015).

Likevel, med dette i betraktning, kan det virke som om det er denne formen for bekvemmelighet som appellerer mest når det kommer til Spotify; den er enkel å bruke, det er enkelt å velge ut musikk på grunn av søke-funksjonen og det allerede kuraterte innholdet som gjør musikkutvelgelsen lettere og raskere. I tillegg gjør det massive innholdet at vi som brukere finner det vi er på utkikk etter – alt er på ett sted.

Oda som for så vidt er enig med Martin når det kommer til disse problemene som kan oppstå grunnet det massive innholdet, vektlegger likevel at det å løse disse problemene kun ligger på brukeren selv; det handler om å legge ned en innsats i å navigere seg rundt for å finne det man er på utkikk etter eller det man ikke vet at man er på utkikk etter – alle mulighetene ligger der.

### 6.3 Oppdagelse gjennom Spotify

I delkapittel 6.1 så jeg nærmere på hvilke kilder informantene tar i bruk når det kommer til oppdagelse av musikk utenfor Spotify, samt hvor viktig en strømmetjenestes bekvemmelighet er for dem når det kommer til generell bruk, men også med tanke på hvilke muligheter brukerne har til å finne det de er på utkikk etter når det kommer til musikkoppdagelser. I dette delkapittelet vil jeg derimot se nærmere på de ulike måtene Spotify selv anbefaler musikk til sine brukere på gjennom algoritmer og ulike anbefalingsfunksjoner som anbefalinger man får opp under sine egenlagde spillelister, personaliserte spillelister som *made for you* og *discover weekly*, og radiofunksjonen.

Som Hagen (2019) viser til i delkapittel 2.2 Strømmetjenester, er algoritmestyrte anbefalinger en viktig del av alle typer strømmetjenester ved at de bidrar til et mer tilpasset brukerinnhold, samt muliggjør mer brukertilpassede anbefalinger. Algoritmer har også fått en sentral plass når det kommer til organisering av digital informasjon og da også hvordan dette synliggjøres for oss – noe som har bidratt til den store påvirkningen algoritmer og anbefalingsfunksjoner har på hvilke musikalske oppdagelser vi som brukere gjør (Cardon, 2017; Beer, 2016).

Avslutningsvis i det forrige delkapittelet fortalte Oda hvordan det kun ligger på en selv å legge ned en innsats i å utforske musikkinnholdet Spotify innehar. Natasha og Linda mente derimot at det på grunn av måten Spotify er bygd opp på ikke er nødvendig å aktivt lete etter noe nytt:

[...] det virker som om det er så mange muligheter [...] men jeg synes kanskje at måten Spotify legger opp til at du skal finne ny musikk, det jeg liker jeg veldig godt. Det er jo alt fra at du legger til noe i en spilleliste og får forslag på 3 til 5 sanger som kunne ha passet inn, men også radiofunksjonen, og det at du får anbefalinger som er basert på de lyttemønstrene som du allerede har da, synes jeg er veldig fint. For jeg føler at Spotify kjenner meg på en måte, og føler at Spotify vet hva jeg vil høre på, og hva jeg ville ha satt pris på. Jeg føler at de anbefalingene jeg får treffer ganske ofte.

Jeg synes Spotify har utrolig gode løsninger på de anbefalingene sine – de har jo både sånn sjanger greie, humor greier, situasjons greier, også har de jo den *anbefalt for deg*, som bare er til deg ut ifra hva du har hørt på, så jeg synes de er flinke til å kategorisere sanger og sjangre, og artister har de også egne greier på.

Det kan med dette virke som om informantene her, i motsetning til hva informantene i Pedersen (2018) sin masteroppgave forteller, ikke har utviklet egne bruksmønstre eller strategier i møte med disse algoritmene og anbefalingsfunksjonene når det kommer til å kontrollere de, men at de heller bare føyer seg etter måten Spotify selv legger opp til at man skal møte dem – det blir ikke gjort noen form for motstand, og kan derfor defineres som en form for motstandsløst forbruk.

Likevel, sett bort i fra denne manglende motstanden, var det en klar fellesnevner blant informantene at de aktivt tok i bruk deres egne spillelister for å finne ut hva de vil lytte på, men også for å oppdage noe nytt uten å legge inn noen særlig innsats:

[...] hvis jeg lager en spilleliste da, på pc, også blar jeg meg helt nederst på den spillelisten jeg har laget, så kommer det opp forslag til 3 sanger som du kan adde [...] også går jeg inn på der så blir jeg sånn «hm, det her har jeg ikke hørt før, det var litt annen stil» eller noe annet [...] det er jo basert på de artistene som jeg allerede har lagt inn. Så da kan jeg på en måte være litt sånn åpen for å gå litt inn i nye baner da [...] det er flere ganger jeg har oppdaget artister eller sjangre som jeg vanligvis ikke ville ha hørt på.

I tillegg til å få opp anbefalinger under disse egenlagde spillelistene basert på hvilken musikk som allerede ligger der, kurerer tjenesten også såkalte anbefalt for deg spillelister; lister som baserer seg på brukerens allerede satte lyttervaner, som igjen har blitt basert på hva algoritmen plukker opp at man hører på, deler, lagrer, liker eller hopper over. I tillegg blir disse listene også basert på hva andre med lik musikksmak hører på (Spotify, 2021). Disse anbefalingene falt likevel ikke alltid i smak hos informantene:

[...] jeg synes noen ganger at de anbefalt spillelistene, altså de som er sånn anbefalt for meg er ganske så dritt – i starten kan jeg huske at jeg hørte på de slavisk i et par uker, men så ble det så mange dritt sanger, kanskje basert på at jeg hadde hørt på en sang som jeg ikke nødvendigvis likte så veldig godt, også blir hele den anbefalingslista snudd på hodet, så hører jeg bare det.

Linda og Rebekka hadde også lagt merke til hvordan enkelte sanger kunne føre til at deres anbefalt for deg spillelister kunne bli snudd helt på hodet, og da særlig listen *discover weekly*. En liste som baserer sine anbefalinger på sanger og artister som en selv liker og musikk som andre brukere med lik musikksmak har lagt til i sine lister, som algoritmene da har plukket opp at du ikke har hørt før (Tiffany, 2019).

[...] hvis jeg har hørt på veldig mange rolige sanger, så blir *discover weekly* helt annerledes, altså den anbefaler rolige sanger, så det er nesten litt sånn at jeg ubevist har lyst til å høre på bare upbeat sanger, så den liksom kan anbefale meg litt artige glade sanger enn kun de der rolige. Jeg føler jo at hvis jeg bruker en uke på å høre på kun Sam Smith, da blir det på en måte indie artister av Sam Smith som blir anbefalt, så ja, det blir kanskje noen ganger litt mye av det gode. Hvis jeg hører noe helt spesifikt, så blir det kanskje en overflod av det, og ikke så mye av det andre jeg kan høre på.

Radiofunksjonen ble også nevnt som et alternativ til å oppdage ny musikk på. Denne funksjonen ble dog ikke tatt like mye i bruk av de fleste informantene, da det kun var Martin og Natasha som virkelig så positive sider ved denne. For dem betydde funksjonen at de kunne slappe mer av og nyte selve lytteropplevelsen mer, noe som i følge Spilker (2018) faktisk er selve hjertet i enhver musikalsk opplevelse. I tillegg betydde radiofunksjonen at de ikke trengte å ta noen aktive valg over hva de ville høre på, samt at funksjonen på mange måter garanterte musikk som ville stå i stil med deres opprinnelige musikkvalg:

Jeg bruker radiofunksjonen ganske mye! [...] da kommer jo Spotify med egne sånne forslag basert på det som er i spillelisten, og da blir det jo sånn blanda, hvis jeg har forstått det rett da, med den radiofunksjonen. Det blir sånn blandet fra spillelisten og forslag fra Spotify – så det liker jeg da, for da finner jeg ofte nye musikk.

Rakel var derimot mer negativ ovenfor radiofunksjonen og følte ikke at det var en funksjon som lot henne oppdage noe nytt, men som heller holdt henne igjen:

[...] jeg liker egentlig ikke radiofunksjonen deres, eller så kan det være jeg har misforstått hva den skal være, men veldig ofte når jeg trykker på radiofunksjonen til en spilleliste, så er jeg ute etter forslag til flere sanger som ligner og som kan passe inn på den listen, men veldig ofte så får jeg sanger som allerede ligger på den lista, og da kunne jeg bare trykket på *shuffle* på lista, så den liker jeg ikke, den må de jobbe med.

Som hun selv sier kan det dog virke som om hun har «misforstått hva den skal være», noe som også kan vise seg å være tilfellet om man ser nærmere på hvordan Martin forklarer denne funksjonen; musikk både fra spillelisten man i utgangspunktet satt på, samt forslag basert på selve listen. Det kan derfor bli antatt at denne negativiteten fra Rakel sin side kun er basert på at hun ikke har satt seg inn i hva denne funksjonen gjør og hvordan dens algoritme fungerer.

To av informantene, Martin og Oda, mente derimot at algoritmene ikke kan få hele skylden for at de ikke alltid klarer å komme med passende anbefalinger:

Jeg synes det funker tidvis bra – jeg tror egentlig det er litt sånn 50/50, for når jeg driver å fucker opp algoritmen som Spotify har, så er det jo vanskelig for dem å anbefale musikk da.

Denne ødeleggelsen av algoritmen som Oda her sikter til, har ifølge henne å gjøre med at hun ofte sletter alle spillelistene sine for å så lage helt nye slik at algoritmene ikke alltid klarer å plukke opp de nødvendige dataene de trenger for å kunne kartlegge hva hun liker og ikke liker.

Martin legger det derimot over på denne manglende musikksmaken jeg har vært inne på tidligere i oppgaven:

Stort sett så liker jeg dem, problemet er jo at jeg ikke har smak, så de blir jo ikke basert på noe annet enn hva jeg tilfeldigvis har hørt på, men altså, jeg har hørt mye på *funky pop* lista, så jeg får jo mye anbefalinger i den retningen, og det er jo som regel det jeg er ute etter – det man har hørt på.

Enkelte informanter følte også at Spotify ofte kunne ha en tendens til å generalisere musikksmaken deres basert på kun én artist, eller som Michael forteller:

[...] språk blir liksom den viktigste definisjonen for hva som er felles for en sånn miks (anbefalt for deg), da har jeg merket da at han (Sondre Justad) er der, og Dum Dum Boys, og de har jo egentlig ikke noe felles bortsett fra det (musikken) er på norsk, og det er det eneste.

Det at språk ofte opptrådte som en slags fellesnevner for hvilke anbefalinger man blir gitt av tjenesten var også noe Sofie hadde merket seg da hun flere ganger ikke selv kunne se noen andre likheter mellom to artister hun ble anbefalt bortsett fra at de begge var norske og sang på norsk. I tillegg til språk, hadde Linda også merket seg at anbefalingene fort kunne basere seg på nasjonalitet:

Ja, det er ofte om jeg er inne i en periode hvor jeg hører mye på sånn norske rappere eller norske artister, så blir det jo bare norske artister, og noen ganger så blir man jo litt lei av det, og bare få opp det på anbefalingene sine. Selv om jeg hører på Amanda Tenfjord så betyr ikke det at jeg liker Astrid S ikke sant, selv om de er norske pop artister liksom.

Det kan med dette virke som om det er de aggregerte og personaliserte anbefalingene informantene i denne oppgaven som regel blir møtt med. Som Maasø og Spilker (2020) skriver blir disse anbefalingene basert på hva en selv lytter til og har søkt på tidligere, samt hva som er mest lyttet på av andre brukere, noe som kan gi en forklaring på hvorfor de får opp anbefalinger de selv ikke føler passer sammen med deres musikkidentitet, og som igjen kan gi inntrykk av et snevrere utvalg.

Det at algoritmene kan gi brukerne en følelse av snevrere utvalg og mer av det samme var også noe informantene i Colbjørnsen (2018) sin undersøkelse viste til, og som Rakel peker på i sitatet under, kan man ende opp med en følelse av å ha havnet i en slags grop hvor man bare blir matet med mer av det samme uten noen muligheter for å bli eksponert for noe annet og nytt – om man selv ikke aktivt går inn for det:

For det blir jo veldig sånn, ikke ekkokammer, men litt ekkokammer bare musikkmessig, at man hører på det samme, samme stilen, samme sanger og ja, det blir jo veldig dumt, det er jo så mye musikk der ute, så man burde jo utforske mer.

Selv om det i sitatet her blir referert til ekkokammer, vil en bedre beskrivelse av hva hun snakker om være et ensrettet musikkonsum, eller som Kiberg (2020) viser til; filterbobler. Av den tidligere forskningen har vi sett hvordan dette handler om en «tilstand av intellektuell isolasjon» som oppstår ved at innholdet algoritmene synliggjør for en bruker kun har blitt basert på brukshistorikk slik at man ikke får denne mangfoldige eksponeringen som informantene gir uttrykk for at de ønsker.

Med bakgrunn i dette ble det derfor stilt spørsmål under intervjurunden om hva informantene hadde følt om en funksjon som gjorde at man ble anbefalt musikk som havner i helt motsatt ende av hva man vanligvis hører på.

En funksjon jeg først så nevnt av en av Kiberg (2020) sine informanter i hans studie.

Ja, ja det hadde vært nice – og i hvert fall sånn, siden de bruker så mye sporing på hva de skal anbefale deg, så burde det være like enkelt å bare «okei, her er ting på helt andre siden av spekteret, som ikke har noe spor i det du allerede hører på, og her er en liste basert på det» så kan du liksom gå helt i andre retningen, det hadde vært litt artig egentlig, men da hadde det blitt mye sånn Ramstein og sånt, og da hadde jeg bare slått av.

Flere av informantene delte Martin sine tanker om hvordan en slik funksjon kunne være artig å teste ut, samt grei å ta i bruk om man er usikker og lei av sine egne lister, men samtidig var det en delt bekymring for at algoritmene skulle vise seg å være for gode til å anbefale musikk man vanligvis ikke aktivt går etter:

Jeg synes det er, egentlig er litt kult, men jeg føler at det er litt sånn ja, det er kult og liksom kunne prøvd det, men siden de på en måte kjenner meg såpass godt så treffer de kanskje også veldig bra med hva jeg ikke hører på. Så det er jo ikke sikkert at det åpner meg så veldig, sånn sett.

Det kan dermed virke som om informantene ikke er helt sikre på hva det er de ønsker at algoritmene og anbefalingsfunksjonene skal gi dem. På den ene siden vil de ha anbefalinger som passer med hva de allerede hører på, mens de på den andre siden føler at anbefalingene gjør at de havner i en grop som kun gir de mer av det samme og at det derfor er et ønske om en algoritme som gir anbefalinger som går utenfor denne gropen og som gir større mangfold.

Likevel gir informantene et inntrykk av å ha et godt og positivt forhold til algoritmene og anbefalingene de møter gjennom sin bruk av Spotify, ved at de forteller om passende anbefalinger og gode forslag på musikk de selv ikke har oppdaget enda. De fleste informantene viser også til en bevissthet til hvorfor de kan havne i denne gropen og hvordan det kun er opp til dem selv å komme ut av den ved at de utfordrer sin egen musikksmak. I tillegg, som nevnt i delkapittelet ovenfor, er det en slags bekvemmelighet som appellerer til informantene, noe som også vises gjennom deres mangel på strategier og utviklede bruksmønstre i møte med algoritmene; de føyer seg bare etter måten algoritmene er bygd opp på og gjøre lite for å endre på utfallet av dem, og da igjen endre på hvilke anbefalinger om nyoppdagelser de får. Som Skjølsvold (2017, s. 161) skriver når det kommer til domestisering, basert på både Silverstone og Sørensen, er ikke det å bruke teknologi en passiv handling hvor brukerne underkaster seg de direktivene som har fulgt med teknologien når det kommer til hvordan den er tenkt brukt. Allikevel kan det i dette tilfellet se ut som om det er akkurat disse informantene gjør når det kommer til algoritmene og anbefalingsfunksjonene de møter på gjennom Spotify når det kommer til musikalske oppdagelser; de har et motstandsløst forbruk hvor de følger Spotify sine påfølgende direktiver.



## 7 Konklusjon

Oppgavens mål har vært å se på hvordan unge mennesker tar i bruk musikkstrømmetjenester og hvilken betydning musikken har for dem. Dette har blitt gjort ved å se nærmere på deres bruksmåter for musikk, samt hvordan smak og interesse kan knyttes opp mot dette. Jeg har også sett nærmere på ulike former for deling og hvilket syn informantene selv har på deling. Det har i tillegg blitt satt fokus på hvordan musikalske oppdagelser oppstår, både i og utenfor Spotify selv.

I de følgende delkapitlene vil jeg derfor først adressere oppgavens tre underspørsmål før jeg går over til å besvare hovedproblemstillingen som stilles i denne oppgaven. Jeg vil avslutningsvis komme med ulike tanker jeg som forsker sitter igjen med når det kommer til videre forskning.

### 7.1 «Det avhenger jo veldig av humør, situasjon og setting»

Som det kommer frem i introduksjonen har et av oppgavens fokusområder vært å se nærmere på hvordan musikkbruk, smak og interesse er knyttet sammen.

Med dagens musikkstrømmetjenester har vi som brukere tilgang til et enormt musikkinnhold fra ulike artister, sjangre og stiler. Vi i Norden ligger også i toppsjiktet over strømming av musikk verden over, noe som kommer tydelig frem av tall fra 2020 som viser til at hele ni av ti strømmer musikk (Olsen, 2020). Informantene i denne oppgaven kan også skimte med et høyt forbruk når det kommer til musikk og musikkstrømmetjenester, hvor flere informerer om at dette er noe de tar i bruk hver dag. Likevel kan det ses et skille når det kommer til hvor musikkinteresserte de selv velger å beskrive seg som, og det kan dermed antas at musikkbruk ikke er en avgjørende faktor for hvor musikkinteresserte man er når det kommer til disse informantene.

Av informantene blir musikken valgt ut basert på hvilket humør, situasjon eller sosial setting de befinner seg i, og det kan argumenteres for at det handler om å kunne justere forholdet mellom humør, vilje, musikk og miljø «on the move» slik Bull i 2005 trakk frem som det fremste argumentet med datidens moderne iPod (Bull, 2006).

Det å lytte til musikk skjer nå i flere hverdagssituasjoner enn tidligere, men opptrer som oftest som et supplement til ulike primæraktiviteter hvor informantene viser til bevisste valg når det kommer til at musikken skal gjenspeile den aktuelle aktiviteten som skal gjennomføres. Det er også klare skiller for hva informantene anser som passende musikk til enten trening, skolearbeid og sosiale settinger. I tillegg til dette var det tydelig at musikken også kan spille en rolle når det kommer til håndtering av eller påvirkning av humøret – noe som, om delt med andre, vil være med på å gjenspeile brukeren og dens humør uten at det er noe som trenger å bli snakket om.

Flere av informantene viser også til noe som i denne oppgaven blir beskrevet som en modnet musikksmak, hvor man ikke fokuserer for mye på hva alle andre hører på eller hva som er det mest populære, men heller hva man føler musikken gir en.

Det kan derfor argumenteres for at det har oppstått et såkalt *bruk og kast forhold* hos oss brukere når det kommer til strømmetjenester som distribusjonsmodell, og da også musikkstrømmetjenester og musikk, ved at vi ikke lenger klarer å skape noe langvarig forhold til musikken da vi alltid har muligheten til å finne noe annet.

I tillegg har vi også en kontinuerlig tilførsel av musikk som skaper en sjanse til å finne akkurat den musikk vi selv føler vi trenger basert på hva vi gjør, hvordan vi føler oss eller hvem vi er sammen med. Vi tar med andre ord ikke til takke med noe.

Dog viser alle informantene til hvordan musikk har fått en omfattende og viktig rolle i deres liv ved å bli en nødvendighet i hverdagen og noe som har blitt implementert i alle deres daglige rutiner og praksiser.

Det er derfor vanskelig å definere musikk som en identitetsmarkør på samme måte som Spilker (2018) og Nag (2010) gjør; skillene mellom hvem som er musikkinteressert og hvem som ikke er det er vanskeligere å identifisere, da man ikke lenger kan avgjøre dette med bakgrunn i forbruk på grunn av enkeltheten som musikkstrømmetjenester fører med seg. Et større musikalsk mangfold gjør det også vanskeligere for flere å definere en spesifikk musikksmak basert på at man har muligheten til enkelt å utvide sin egen horisont når og hvor som helst fordi vi ikke lenger er begrenset av mobilitet og tilgang. Det som derimot kan konstateres, og som gir svar på første underspørsmål er hvordan bruk, smak og interesse alle avhenger av en brukers humør, situasjon og setting; tre aspekter som knytter disse tre sammen. Musikksmak og interesse er med andre ord mindre koblet opp mot bruk, og da også mindre koblet opp som en identitetsmarkør ved at vi ikke lenger kan anta at en med høy musikkbruk også har høy interesse eller en spesifikk smak når det kommer til musikk.

## 7.2 «Jeg deler aldri med mindre folk spør»

Av den tidligere forskningen blir det vist til hvordan strømmetjenester i fase to, the social streaming phase, skulle fokusere på å få brukerne til å opprettholde et sosialt engasjement med hverandre ved å dele og samhandle om musikken. Med bakgrunn i dette ble det derfor implementert ulike verktøy for at dette skulle være gjennomførbart for brukerne, og det kan derfor sies at fokusområdene fra fase en, om tilgang og oppdagelse ble tilsidesatt (Maasø & Spilker, 2020). Med dette i betraktning ville jeg i denne oppgaven også se nærmere på hvor opptatte unge mennesker er av deling.

Gjennom Nag (2010) sin forskning blir vi introdusert for deling i liten og stor skala, hvor førstnevnte skjer innenfor det sosiale nettverket hver enkelt av oss er en del av, mens deling i stor skala har anskaffelse av selve filen (musikken) som det primære målet, og det er ikke nødvendig for mottageren og kjenne avsender. Allikevel viser funnene i denne oppgaven at dette skillet har begynt å viskes ut, da deling som regel oppstår som en kombinasjon av de to.

Likevel viser funnene i denne forskningen til at deling på mange måter har mistet sin plass innad i strømmetjenester, og at disse verktøyene som en gang ble implementert nå havner i andre rekke hos brukerne. Det har skjedd en endring hvor det ikke lenger finnes et behov for å ha kontroll over hva som skjer i verden rundt oss, men at det heller er et behov for kontroll over oss selv og den muligheten vi har til å skille mellom hva vi offentliggjør og hva vi holder skjult.

Som McQuail, Blumer og Brown (som referert til i Lonsdal & North, 2011) skriver er dette et behov vi ønsker at både musikken og massemedier skal oppfylle, men det kan her antas at det nå blir rettere å si at dette er noe vi ønsker at massemedier og ikke musikken skal oppfylle.

Som studien til Nag (2010) viser til er det flere av hennes kvinnelige informanter som kjenner på en frykt og bekymring for å dele musikk med andre, basert på at man kan bli dømt basert på musikksmak, men også bli misforstått. Denne frykten og bekymringen er også grunnen til at flere velger å skjule smak og lyttervaner med omverdenen, noe som viser seg å stemme overens med de kvinnelige informantene i denne oppgaven.

I tillegg viser også flere informanter til hvordan musikk har blitt noe mer personlig og individuelt, og som dermed blir valgt å skjules med bakgrunn i dette. Det sosiale aspektet ved Spotify blir også sett på som noe passivt, forstyrrende og uinteressant, og bidrar også til at denne delingen ikke finner sted. Det blir også trukket frem hvordan informantene ikke anser musikkdeling som en nødvendighet i deres liv, og noe som opptar dem ekstremt lite – både i form av selv å dele med andre, men også i form av å bli delt med.

Allikevel finnes det funn på at deling i enkelte situasjoner kan oppstå, men at dette i bunn og grunn skjer på bakgrunn av at avsender blir direkte spurt om å dele – blir motivert til å dele. Deling kan også oppstå når det kommer til et ønske om å styrke sosiale bånd eller å opprettholde allerede etablerte praksiser innad et nettverk, men da som regel i form av ansikt-til-ansikt deling da dette er noe som for informantene fremstår som mer betydningsfylt.

Derfor, med utgangspunkt i dette, kan det konkluderes med at deling ikke lenger er en aktivitet som forbindes med musikk – det skjer i enkelte tilfeller, men musikk er som regel noe informantene ønsker å holde for seg selv med bakgrunn i at det er for personlig, men også fordi de ønsker å opprettholde en form for kontroll over seg selv. Men kanskje viktigst av alt skjer ikke deling på grunn av at informantene ikke anser det som viktig å vite hva alle andre hører på, oppdager eller liker:

[...] det interesserer meg ikke hva folk hører på, [...] folk flest bryr seg jo ikke.

### 7.3 «Det er jo så enkelt»

Som distribusjonsmodell markerte strømmetjenester et nytt kapittel i utviklingen av musikkindustrien, og har samtidig hatt en enorm påvirkning på hvordan dagens medieinnhold blir konsumert (Hagen, 2019). Av den tidligere forskningen ser vi at det er tjenester som Spotify, Apple Music og Tidal som lenge har dominert dette distribusjonsmarkedet, og da med Spotify på topp som verdens mest populære strømmetjeneste for musikk (Kjus, 2016; Golberg, 2019). At informantene i denne oppgaven har valgt å favorisere Spotify som sin valgte musikkstrømmetjeneste kommer derfor ikke frem som noe ekstraordinært funn. Det er derfor mer interessant å se på hvorfor de har gjort dette valget, og hvordan de finner og oppdager ny musikk både i og utenfor Spotify.

Som informantene trekker frem er Spotify som tjeneste enkel i bruk, det er enkelt å finne og velge ut musikk grunnet dens søke-funksjon og det allerede kuraterte innholdet brukerne blir tilbudt – noe som både gjør musikkvalg lettere og raskere. Det massive innholdet og det enorme mangfoldet gir brukerne også musikk for alle anledninger og det er enkelt å finne det man er på utkikk etter.

Likevel kommer det frem at det er dette massive innholdet og enorme mangfoldet som for enkelte av informantene kan skape problemer; som både Kiberg (2018) og Maasø og Spilker (2020, s. 1-2) påpeker har musikkstrømmetjenester ført til et mer ensrette musikkonsum enn tidligere. Noe som for enkelte informanter kan virke for overflødig til at man har lyst og energi nok til utforske. Andre mente derimot at dette enorme og mangfoldige innholdet ikke bar med seg problemer men heller muligheter.

Flere peker også på gode algoritmiske løsninger og treffsikre anbefalingsfunksjoner som gir de kjennskap til ny musikk som faller inn under deres noe løse musikkpreferanser, og informantene gir et inntrykk av et generelt positivt forhold til disse algoritmene og anbefalingsfunksjonene. I motsetningen til hva informantene i Pedersen (2018) sin masteroppgave viste til, har informantene i denne oppgaven ikke utviklet strategiske bruksmønstre for å kontrollere disse algoritmene og anbefalingene de får opp, og viser heller til en form for motstandsløst forbruk. Et begrep jeg avslutter delkapittel 6.3 med, som på mange måter betegner en helt ny form for musikkultur, hvor man følger de direktivene som følger med teknologien man tar i bruk; de følger bare strømmen og godtar nesten helt blindt det de blir tilbudt – en fellesnevner som også er å finne når det kommer til informantenes bruk.

Gjennom Spilker (2018, s. 30) blir vi introdusert for fire ulike fremgangsmåter for oppdagelse, kategorisert av Nag (2010). Her er det snakk om selv-initiert oppdagelse, oppdagelse gjennom sosiale nettverk, oppdagelser på musikkarenaer og tilfeldig oppdagelse.

I likhet med informantene i Nag (2010) sin studie, kommer det tydelig frem også i denne oppgaven at det er oppdagelse gjennom musikkarenaer som er av minst betydning, mens både selv-initiert oppdagelse og oppdagelse gjennom sosiale nettverk viser seg å bære frukter hos informantene når det kommer til musikalske oppdagelser.

Det er dog tydelig at tilfeldig oppdagelse er den formen som de fleste nevner som den absolutt fremste formen for oppdagelse grunnet dens enkelthet. Her handler det ikke om aktivt leting etter noe nytt, men at musikken finner dem når de minst venter det. Noe som peker tilbake til denne bekvemmeligheten som informantene allerede har vist til som en appellerende faktor også ved Spotify som strømmetjeneste.

For å konkludere, viser det seg at det er denne bekvemmeligheten og enkeltheten som igjen kan beskrives som en form for motstandsløst forbruk som påvirker hvordan informantene finner og oppdager ny musikk. Selv om noen forteller om aktiv leting og oppdagelse, er det tydelig at det handler om tilfeldig og enkel oppdagelse som fører til det meste av deres musikalske oppdagelse; de føyer seg etter algoritmene og de anbefalingene de får, og gjør lite for å endre på utfallet av dem. De stoler fult og helt på tilfeldige møter med ny musikk gjennom ulike situasjoner og settinger, og gjør generelt lite for aktivt å møte denne nye musikk på eget initiativ.

## 7.4 Bruk og betydning

Som introduksjonen viser til, har det i denne oppgaven vært et mål å finne ut hvordan unge mennesker bruker musikkstrømmetjenester og hvilken betydning musikken har for dem. For å svare på dette har jeg i de foregående delkapitlene sett nærmere på hvordan musikkbruk, smak og interesse henger sammen, hvordan musikk blir delt og hvilke holdninger informantene i denne oppgaven har til deling, samt hvorfor deling ikke lenger er en aktivitet som kan forbindes med musikk.

I tillegg har det blitt sett på hvordan musikalske oppdagelser oppstår både i og utenfor Spotify, og hvorfor Spotify troner som informantenes favoritt musikkstrømmetjeneste.

Når man ser på den tidligere forskningen er det vi i Norden som ligger helt i toppsjiktet når det kommer til strømming av musikk verden over. Tall fra 2020 viser også til at det er hele ni av ti i Norden som strømmer musikk hver dag (Olsen, 2002). I henhold til denne oppgaven kan også alle informantene skimte med et relativt høyt forbruk, og det kommer tydelig frem hvordan bruken av musikkstrømmetjenester og musikklytting har blitt en inkorporert del av deres hverdagslige rutiner og praksiser - uavhengig av deres egne definisjon på hvor musikkinteressert de er.

Mye av dette er på grunn av de mulighetene musikkstrømmetjenestene har gitt oss ved at vi ikke lenger er begrenset av teknologiens mobilitet og har muligheten til å lytte til musikk når som helst og hvor som helst. Som Kjus (2016) viser til i sin studie skjer nå musikklytting i flere hverdagssituasjoner enn tidligere, noe informantene i denne oppgaven er med på å forsterke. Det blir vist til tydelige praksiser for hvor musikken blir brukt og hvordan musikkutvelgelsen blir gjort både på egenhånd, men også i interaksjon med andre hvor det handler om å styrke eller skape sosiale bånd, samt skape rom for diskusjon og kommunikasjon. Som oftest opptrer musikklytting, og da også bruken av musikkstrømmetjenester, som et supplement til andre aktiviteter som trening, husarbeid, skole og jobb, og det er tydelige ønsker fra informantenes side om hva musikken skal bidra med på disse områdene; enten som et hjelpemiddel i form av konsentrasjon, som en motivasjonsboost til å få noe gjort, som en gjenspeiling av ens nåværende humør eller som en påvirkning når det kommer til å komme i et ønsket humør.

Funnene i denne oppgaven peker også på en musikkutvelgelse basert på humør, situasjon og setting, men også med utgangspunkt i hva musikken *gir* brukeren. De fleste viser med andre ord til en noe uspesifisert musikksmak, samt en større åpenhet og toleranse overfor musikk.

Dette er også grunnlaget for hvorfor musikken har mistet sin sentrale rolle som identitetsmarkør da man ikke lenger kan se noen klare skiller mellom musikkbruk, smak og interesse, men også på grunn av den manglende spesifikke musikksmaken hos samtlige.

I tillegg blir det vist til denne formen for motstandsløst forbruk som har oppstått, hvor det ikke handler om utviklede strategier og bruksmønstre i møte med musikkstrømmetjenestenes algoritmer og automatiske anbefalingsfunksjoner, men heller om å følge strømmen og følge de direktivene som har fulgt med teknologien. Og det er også dette som kommer opp som en fellesnevner for hvordan musikkstrømmetjenester brukes og hvilken betydning musikken har for unge mennesker, og som dermed blir konklusjonen av denne oppgaven; det handler om å kunne finjustere forholdet mellom humør, vilje, musikk og miljø på en ikke anstrengende og enkel måte for brukeren.

## 7.5 Videre forskning

Som det kommer frem av den tidligere forskningen har Spilker (2018) kategorisert fire ulike perspektiver på musikkbruk, hvorav tre av disse blir gjennomgått i denne oppgaven. Den siste kategorien *the remix perspective* blir derimot ikke utdypet her, da det ikke kom frem noen form for relevant informasjon på dette perspektivet av intervjuene. Mye av grunnen til dette kan være på grunn av den valgte utvalgsmetoden av informanter.

Her visste jeg på forhånd at sjansen for å få relevant informasjon på dette perspektivet var relativt små, da jeg har forhåndskunnskap om nesten alle informantenes hobbyer. Det ville derfor vært både lærerikt og interessant og sett nærmere på akkurat dette perspektivet ved å flytte fokuset fra unge, og ganske så generelle brukere over på brukere som faktisk har en fot innenfor dette perspektivet, ved å inkludere dette som et av rekrutteringskriteriene.

Med bakgrunn i at denne oppgaven tok for seg brukere i aldersspennet 24 - 29år, kan det være aktuelt for senere forskning å se nærmere på både en yngre og eldre aldersgruppe. Som det kommer frem av den tidligere forskningen av Nag (2010) er det viktigere for yngre aldersgrupper å vise frem riktig smak grunnet en mer flytende og forandrende identitet – og det kan derfor være aktuelt å se nærmere på om dette fortsatt stemmer tatt i betraktning den teknologien vi har for musikklytting i dagens moderne samfunn.

Når det kommer til å forske på en eldre aldersgruppe, henger dette sammen med hvordan både Spilker (2018) og Nag (2010) trekker frem musikk som en viktig identitetsmarkør siden minst 1950-tallet. Vil det da vise seg å være en sterkere kobling mellom bruk, smak og interesse hos denne aldersgruppen enn hos de yngre og hos den aldersgruppen det har blitt forsket på i denne oppgaven?

Da tidligere studier har vist til en form for misnøye og ambivalent forhold til algoritmene og anbefalingsfunksjonene som møter brukere av strømmetjenester, og det i denne oppgaven blir vist til et mer positivt forhold, samt en form for motstandsløst forbruk kan det tyde på at det trengs mer forskning på brukeres forhold til disse algoritmene og anbefalingsfunksjonene. Samtidig kan det antas at dette forholdet aldri vil stabilisere seg, tatt i betraktning av at algoritmene alltid forandrer seg. Det kan derfor tenkes at en undersøkelse med lengre varighet og flere informanter kan gi et bedre bilde på akkurat dette forholdet.

# Litteraturliste

Beer, D. (2017). The social power of algorithms, *Information, Communication & Society*, 20:1, 1-13, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1216147

Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y. & Ward, K. (2006). *Domestication of Media and technology*. New York: open University press

Bull, M. (2006): *Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod*. I O'Hara, K. & Brown, B. (red.): *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*. Dordrecht: Springer

Cardon, D. (2017). *Deconstructing the Algorithm: Four Types of Digital Information Calculation*. I Robert Seyfert og Jonathan Roberge (red.): *Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance and New Technologies*. London: Routledge

Colbjørnsen, T., (2018) *Algoritmenes ansikt: brukeropplevelser av kvalitet og relevans i algoritmiske anbefalinger på kulturfeltet*. I Øyvind Pryts & Jan Fredrik Hovden (red.): *Kvalitetsforhandlinger*. Bergen: Fagbokforlaget

Eriksson, M. (2016). *Close reading big data: The Echo Nest and the production of (rotten) music metadata*. *First Monday*.

Golberg, A. (2019). *Musikk apper: 5 beste apper for å strøkke musikk + bonus*. Hentet fra: <https://boligogfritid.no/teknologi/musikk-apper-beste-apper-for-musikk/>

Hagen, A. N. (2015). *The playlist experience: Personal playlists in music streaming services*. *Popular Music and Society*, 38(5), 625-645.

Hagen, A. (2015): *Using Music Streaming Services: Practices, Experiences and the Lifeworld of Musicking*. PhD Thesis. Oslo: Institute for Media and Communication, UiO.

Hagen, A. (2016): *The Metaphors we stream by: Making sense of music streaming*. *First Monday*, 21(3).

Hagen, A. (2019) *Strømmetjenester*. Hentet fra <https://snl.no/str%C3%B8mmetjenester>

Hovde, K. & Grønmo, S. (2020). *Algoritme*. Hentet fra: <https://snl.no/algoritme>

Hynes, D. & Rommes, E. (2006). *Fitting the interest into our lives: IT courses for disadvantaged users*. I Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y. & Ward, K. (red.): *Domestication of Media and technology*. New York: open University press

Håkansson, M., Rost, M., & Holmquist, L. E. (2007). *Gifts from friends and strangers: A study of mobile music sharing*. In *ECSCW 2007* (pp. 311-330). Springer, London.

Johannessen, A., Tufte, P. & Kristoffersen, L. (2004). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (2. utg.). Oslo: Abstrakt forlag

Kiberg, H. *Personaliserte anbefalinger og musikalsk mangfold – en umulig kombinasjon?* *Norsk medietidsskrift*, 27(03), 1-18.

- Kiberg, H. (2018) Algoritmer i spill om oppmerksomhet? En medievitenskapelig studie av musikkbefalinger i strømmetjenesten Spotify. Hentet fra: <https://www.duo.uio.no/handle/10852/63218>
- Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 14-29.
- Kjus, Y. (2016) Musical exploration via streaming services: The Norwegian experience, *Popular Communication*, 14:3, 127-136, DOI: 10.1080/15405702.2016.1193183
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis. *British journal of psychology*, 102(1), 108-134.
- Maasø, A. & Spilker, H. (2020). The streaming paradox: Untangling the hybrid gatekeeping mechanisms of music streaming.
- Nag, W. (2010). Musikkbruk og forretningsmodeller i en delingskultur. *Norsk medietidsskrift*, 17(01), 46-66.
- Olsen, S. (2020) Nordmenn strømmer mest av alle i Norden. Hentet fra: <https://www.tek.no/nyheter/nyhet/i/vQabVX/nordmenn-stroemmer-mest-av-alle-i-norden>
- Pedersen, K. (2018). Strømming av musikk – En kvalitativ undersøkelse av musikkstrømmetjenestenes endring av musikkbruken. Hentet fra: <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2575106>
- Postholm, M. (2010) Kvalitativ metode: en innføring med focus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier, (2. utg.), universitetsforlaget: Oslo
- Skjølsvold, T. (2017). Vitenskap, teknologi og samfunn: en introduksjon til STS. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Skågeby, J., & Pargman, D. (2005). File-Sharing Relationships—conflicts of interest in online gift-giving. In *Communities and Technologies 2005* (pp. 111-127). Springer, Dordrecht.
- Small, C. (1999). Musicking — the meanings of performing and listening. A lecture, *Music Education Research*, 1:1, 9-22, DOI: 10.1080/1461380990010102
- Spilker, H. S. (2018). *Digital music distribution: The sociology of online music streams*. Routledge.
- Spotify (2021). Made for you playlist. Hentet fra: <https://support.spotify.com/us/article/made-for-you-playlists/>
- Sørensen, K. (2006). Domestication: the enactment of technology. I Berker, T., Hartmann, M., Punie, Y. & Ward, K. (red.): *Domestication of Media and technology*. New York: open University press
- Thagaard, T. (2009). Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode (3. utg.). Bergen: fagbokforlaget
- Tiffany, K. (2019) Spotify's most personalized playlist is now for sale to brands. Hentet fra: <https://www.vox.com/the-goods/2019/1/11/18178701/spotify-discover-weekly-brand-playlists-personalization>



Tjora, A. (2019). Kvalitative forskningsmetoder i praksis (3 utg.) Oslo: Gyldendal norsk forlag as

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Willson, M. (2017). Algorithms (and the) everyday. *Information, Communication & Society*, 20(1), 137-150.

# Vedlegg

## Vedlegg 1: Intervjuguide

Fortelle hva som er bakgrunnen og temaet for intervjuet. Informere om at informantene kommer til å bli anonymisert, og at det er mulighet for å trekke seg når som helst. Det er bare å sende en mail til intervjuansvarlig om det er noe (eposten er å finne på samtykkeskjemaet). Alt av informasjon som kommer frem gjennom intervjuet er det kun intervjuansvarlig og veileder som har tilgang til.

Skriv under på samtykkeskjema før intervjustart (dette blir sendt på epost til informantene samtidig som det avtales dato og tidspunkt)

### **Innledende spørsmål:**

1. Fortell litt om deg selv
  - a. Alder
  - b. Bosted
  - c. Jobb/student
  - d. Hobbyer
  - e. Hvilke medier bruker du daglig

### **Musikkbruk og musikkinteresse:**

1. Hvor interessert vil du si at du er i musikk? (høy, middels, lav)
  - a. Type musikk
  - b. Har musikksmaken din endret seg siden du gikk på ungdomsskolen? Hvordan/hvordan ikke?
  - c. Vil du si at musikken du hører på gjenspeiler deg som person?
    - i. Humør, situasjon osv.
  - d. Er du opptatt av å finne ny musikk? Hvorfor/hvorfor ikke?
2. I hvilke situasjoner hører du på musikk?
  - a. Dedikert lytting
  - b. Trening
  - c. Bakgrunnsmusikk
  - d. Sammen med andre
    - i. Finne musikk sammen med andre, fest, konsert
  - e. På bussen/toget/når du kjører bil
  - f. På jobb/skolen
3. Hvor mye tid vil du si at du bruker på å høre på musikk?
  - a. Hver dag (ulike situasjon)
  - b. Kun når du reiser
  - c. Studerer/jobber
  - d. Spiller du evt. i band

### **Tilgang og bruk av musikkstrømmetjenester:**

#### **Musikk perspektivet (the musicking perspective)**

1. Hvilke strømmetjenester bruker du for å høre på musikk?
  - i. Spotify, Tidal, AppleMusic, Youtube, eventuelt andre?

- b. Hvorfor valgte du å bruke X? er det noen annen tjeneste du har vurdert? Hvorfor/hvorfor ikke?
  - c. Betaler du for tjenesten eller bruker du gratisversjonen?
    - i. Om du bruker gratisversjonen: hvorfor?
    - ii. Hvorfor har du valgt å betale for tjenesten?
2. Hvordan bruker du tjenesten? Hvordan velger du ut hva du vil høre på?
- a. Egne spillelister
  - b. Radiofunksjonen
  - c. Anbefalinger fra tjenesten
  - d. Hva venner hører på/anbefalinger fra venner
  - e. Utforsker de ulike kategoriene
  - f. Nye utgivelser
  - g. Hørt på radio
  - h. Andre måter?
3. Hvordan er din opplevelse av å ha tilgang til så mye musikk til sammenligning med før?
- a. Synes du det blir vanskeligere å velge hva du vil høre på?
  - b. Vanskeligere å navigere rundt?
  - c. Føler du at noe musikk blir gjemt?
    - i. Er det noe musikk du blir mer eksponert for enn annen?
    - ii. Er det noe musikk (stil, sjanger, artister) du ikke blir eksponert for?

### **Delingsperspektiv (the sharing perspective)**

- 1. Deler du noen spillelister med andre? Hvorfor/hvorfor ikke?
  - a. Offentlige spillelister
  - b. Lager spillelister med andre
  - c. Sender spillelister til andre
- 2. I hvilken grad anbefaler du musikk til andre?
- 3. Deler du hva du hører på med andre innad i tjenesten? Hvorfor/hvorfor ikke?
- 4. Hva tenker du om muligheten til å følge med på hva andre brukere hører på?
- 5. Hører du noen ganger på «private sessions»? Hvorfor/hvorfor ikke?

### **Oppdagelsesperspektiv (the discovery perspective)**

- 1. Vet du vanligvis hva du vil høre på av musikk?
- 2. Hører du vanligvis på musikk (sanger, artister, sjangre) du allerede har kjennskap til, eller bruke du musikkstrømmetjenester til å utforske ny musikk?
  - a. Hvordan finner du eventuelt ny musikk?
    - i. Tar du i bruk tiktok eller Instagram stories til å finne ny musikk?
      - 1. musikkanmeldelser, youtube, facebook, radio, TV, tips fra venner etc.
  - b. Hvorfor ikke?
- 3. Føler du at den musikkstrømmetjenesten du bruker utfordrer din musikksmak?
  - a. Hva er dine tanker om en eventuell funksjon som gjør at du blir anbefalt musikk som du ikke hører på, musikk som havner i motsatt skala av din allerede satte musikksmak?

### **Remiks perspektivet (the remix perspective)**

- 1. Lager du som oftest egne spillelister som du hører på? Hvorfor/hvorfor ikke?
  - a. Hva baserer du de på?

- i. Musikk du liker
  - ii. Sjanger (jazz, klassisk, hip pop, rock)
  - iii. Stil (fest, avslapping, trening, studering osv.)
2. Om du legger ut instagram stories med musikk, tenker du over hvilken musikk du legger ved storien?
  - a. Skal musikken gjenspeile storien?
  - b. Bruker du musikk du liker?
3. Lager du eller remikser/sampler du musikk selv?

**Generelle spørsmål:**

1. Hva mener du er det som fungerer best med den musikkstrømmetjenesten du bruker?
  - a. Er det noe du ikke er fornøyd med?
2. Hva er dine tanker og meninger om de personaliserte musikkanbefalingene som du får gjennom musikkstrømmetjenesten?
  - a. Tar du i bruk disse? Hvorfor/hvorfor ikke?
3. Hva er dine tanker og meninger om anbefalingene du får i musikkstrømmetjenester generelt?
  - a. Passer anbefalingene du får?
  - b. Tar du i bruk anbefalingene, eller velger du å holde deg til det du kjenner?
  - c. Legger du merke til hvilke typer anbefalinger du får?
    - i. Er det noe du ikke blir anbefalt?

**Avsluttende spørsmål:**

1. Er det noe du kunne ønske var annerledes ved den musikkstrømmetjenesten du bruker?
2. Er det noen andre ting vi ikke har snakket om som du tror er relevant når det gjelder det vi har diskutert?

Har du noen andre ting å tilføre?

