

Ringerud, Martin Jøraandstad

Fra Napster til Spotify: Musikken, Politikken og Arverekken

Bacheloroppgave i Musikkvitenskap

Veileder: Størvold, Tore

Juni 2021

Ringerud, Martin Jøraandstad

Fra Napster til Spotify: Musikken, Politikken og Arverekken

Bacheloroppgave i Musikkvitenskap
Veileder: Størvold, Tore
Juni 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Det humanistiske fakultet
Institutt for musikk



Kunnskap for en bedre verden

Fra Napster til Spotify: Musikken, Politikken og Arverekken

Abstract:

Musikkfildelingstjenesten Napster ble etablert i 1999 av de unge entreprenørene Shawn Fanning og Sean Parker med mål om å revolusjonere musikkindustrien gjennom digital fildistribuering. Gjennom utvikling av P2P (peer-to-peer)-teknologi endret lyttevaner hos musikk-konsumere seg for godt ved å starte en skiftende markedsbevegelse fra fysisk til digitalt format gjennom et desentralisert medium. Umiddelbart ble musikkoligopolets maktforhold utfordret gjennom nye teknologiske, finansielle og politiske tilnærminger til musikk, som siden har redefinert modellen sin i takt med redefinerings av nye forståelser for musikk.

Ambisjonen for prospektet til Napster speiles i senere musikkdelingstjenester i en så tydelig grad at de kan betegnes som direkte etterkommere. Mens det har tidligere blitt skrevet om de individuelle musikk-tjenestene, vier denne oppgaven utviklingslinjene en mer holistisk oversikt. Videre vil en historiografisk tilnærming legge basis for å diskutere endrede brukervaner i lys av moderne digitalisering. Argumentasjonen vil vise nye akademiske perspektiver i hvordan en endrende brukertrend fra aktiv til passiv lytting kan spores tilbake til kjerneverdien av Napster ved en gjennomgående industrimodell basert på hurtighet og bekvemmelighet.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	3
1.1 Bakgrunn for valg av tema.....	3
1.2 Problemstilling.....	3
1.3 Metode	3
1.4 Vedlegg - forklaringer.....	4
1.5 Forkunnskaper.....	4
2. Napster og tidlig musikkildeling	6
3. “The Lowdown” – Post-Napster	11
4. Post-post-Napster: Apple, iTunes, og endringer I markedsmodell	14
5. Spotify, smarttelefoner og maskinlæring	18
6. Sjangre i endring? Refleksjon av endrende brukervaner	24
7. Konklusjon	28
8. Vedlegg	30
9. Bibliografi	34

1. Innledning

1.1

Tema om musikkdeletjenester ble valgt på bakgrunn av hull i forskningsartikler som omhandler utvikling og sammenligning av disse tjenestene. Flere moderne artikler i ulike underfelt av musikk og medievitenskap nevner Napster som en slags selvfølgelighet i Internetthistorie - uten å videre spesifisere hva Napster er. Utover det tilsynelatende åpenbare – det var en tjeneste av to tenåringer som gjorde musikk gratis tidlig i Internettalderen – er bemerkningsfullt mange sammenfatninger begrensende. I undersøkelsen for å finne ut av Napster sin historie og produkt bet jeg meg merke i en mengde likhetstrekk til musikkstrømmetjenester som eksisterer i dag. Tatt i betraktning Internett sin raske ekspansjon, ønsket jeg å finne svar på følgende problemstilling:

1.2

Hvilken innvirkning har programmet Napster hatt for senere musikkjenester i perioden Napster ble utgitt til og med programmet Spotify og hvilken påvirkning har det videre hatt på brukervaner?

1.3

For å besvare denne problemstillingen har jeg samlet inn teoretisk litteratur fra bøker, nettartikler, nettsider samt funnet statistikk, rapporter og utgravet skjermbilder som informasjonsbase for oppgaven. Litteratur strekker seg mellom flere fagfelt med musikkvitenskap og medievitenskap i grunn. I mål om å utrede utydelige fremstillinger har jeg benyttet gjennomgående drøfting av valgt materiale opp mot hverandre gjennom en historiografisk tilnærming. For å unngå en selektiv fremstilling har jeg forsøkt å utrede for tekster som kan være styrt av et motivert narrativ, samt der informasjon er begrenset. Særlig gir Spotify sin podcastserie en uvurderlig mengde førstehåndsinformasjon relevant til problemstillingen. Teksten må dog trås med forsiktighet da produksjon er både for og av Spotify og det er eksisterer til tider total mangel på solide motperspektiver grunnet de ferske publiseringsdatoene.

For å svare på problemstillingen vil oppgaven begrenses ved i all hovedsak å ta for seg Napster, iTunes og Spotify som musikkjenester gjennom et kronologisk perspektiv. Listen av musikkjenester er dog ikke uttømmende og det finnes alternativer til de presentert.

Oppgavens relevans støttes ved at samtlige av disse tjenestene på ulike tidspunkt er/var blant de største og mest toneangivende i musikkindustrien.

1.4

IFPI (1): Tabellen representerer den totale verdien i plateindustrien i Norge, og må ikke misforstås med å kunne brukes som representerende for den globale bransjen. Klare likhetstrekk sees dog over trender mellom det globale markedet og Norge¹ – et perspektiv som gjør at for denne tekstens enkelthet vil referering til tabell (1) fungere som en forklaring av musikalske trender også globalt. Videre burde man trå med varsomhet og en grad av selvrefleksjon når man håndteres omfattende statistikk av så natur, da modellene benytter seg av matematiske formler som vanskelig kan ta for seg innvirkninger som eksempelvis markedsinflasjon, i tillegg til å få statistikk levert av tredjeparter som ikke nødvendigvis følger samme politiske agendaer.² For å understreke poenget: tabellens viktigste funksjon er å utheve indikatorer på trender.

Skjermbildene (2), (3) og (4) er produsert selv gjennom å bruke nett-tjenesten *Wayback Machine* som tillater brukere å besøke tidligere utgaver av en nettside. Et Google-søk uten spesifikk link vil ikke kunne produsere samme søkeresultater.

1.5

Tiden før musikkfildeling var preget av en fysisk anskaffelse av musikk - noe media-analytikere kaller en «lean forward»-teknologi.³ Gustav Söderström, «chief R&D (research and design) officer» for den svenske musikkstrømmetjenesten Spotify, forteller hvordan *bekvemmelighet* er nøkkelen og hovedmotivator for den moderne, globale multimedieverdenen i en snaut to timer lang podcastepisode med vert Lex Fridman fra 2019⁴, og gir med dette et (mulig ubevisst) frempek til essensen av podcastserien han selv vertet i regi av Spotify fra 2021: *Spotify: A Product Story*. Podcastserien, som denne teksten referer gjennomgående, beskriver seg selv følgende:

¹ IFPI, «Global Music Market Overview,» per 30.05.2021. 2021. <https://gmr2021.ifpi.org/report>

² Sinnreich, *The Piracy Crusade*, 2013. 97, 98.

³ Sinnreich, Aram. *The Piracy Crusade : How the Music Industry's War on Sharing Destroys Markets and Erodes Civil Liberties*. 2013. Amherst: University of Massachusetts Press.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1186909&site=ehost-live> , 46.

⁴ Lex Fridman, «Gustav Soderstrom: Spotify|Lex Fridman Podcast #29.» 29. juli 2019. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=v-9Mpe7NhkM>

*A miniseries about product strategy, offering on a weekly basis, a glimpse into the decisions that have guided Spotify's product evolution. Hosted by Gustav Söderström, Spotify's Chief R&D Officer, each episode tells the story of a pivotal product development or business decision through candid conversations with a diverse cast of voices from across the industry*⁵

Der mye av fokuset til serien bygges under business-strategier til utbytte for lytter, inneholder podcasten en desto viktigere funksjon i å være en kritisk kilde for førstehåndsinformasjon fra sentrale personer i digitalisering av musikkindustrien gjennom de siste 20 årene. Söderströms argument om bekvemmelighet underbygges videre gjennom parallellen til lean forward-teorien; nemlig lean *back*-teorien⁶: passiv konsumering i motsetning til aktiv konsumering som først hadde sin opprinnelse gjennom etablering av radio som globalt medium. En moderne tolkning av passiv konsumering demonstreres kanskje best gjennom automatisering av spillelister, noe drøftedelen vil utdype.

Fra tabell (1) presenteres en tydelig trend: over kun noen få år tok streaming over hovedmarkedsandelen og undertrykker nåtidens fysisk platesalg fundamentalt. Denne tabellen har dog en klar svakhet: den representerer ikke den toneangivende pirataktiviteten som skulle være blant de første digitale fotprint i musikkindustrien rundt århundreskiftet. Viktigst demonstrerer denne statistikken hvordan forbrukere går fra å være primært *aktive* til *passive* konsumere. Etter oppfordring av medforfatter i samleverket *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem*; Paolo Magaudda; vil vi gjennom nøye vurdering av Napster sin historie kunne presentere en historisk tidslinje:

*A historical sensitivity to the evolution of digital music infrastructures might help to highlight not only how new technologies reshape musical practises, but also how music logics have contributed to certain specific features of digital infrastructures.*⁷

⁵ Spotify. «Spotify: A Product Story.» *Spotify*, per 31.05.2021.

<https://open.spotify.com/show/3L9tzrt0CthF6hNkxYleSB?si=sgOjtf6PQGuMfhfyID9qXw>

⁶ Sinnreich, *The Piracy Crusade*, 2013. 47.

⁷ Magaudda; Tofalvy, Tamas; Barna, Emilia. «Music Scenes as Infrastructures: From Live Venues to Algorithmic Data.» *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream*. 2020. Palgrave Macmillan. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/mp3s-are-killing-home-taping-rise-internet/docview/208067531/se-2?accountid=12870>

2. Napster og tidlig musikkfildeling

Napster var en musikkfildelingstjeneste lansert i 1999 av Shawn Fanning og Sean Parker.⁸ I hvilken grad det er Fanning, Parker eller begge som får ansvar for å være selve hjernen bak produktet mangler en generell konsis iblant historiske gjenskapninger. David Spitz og Starling D. Hunter påpeker overbevisende hvordan samtdsmediedekning, som ofte forklarte Fanning som «geniet» bak Napster, ikke tok i betraktning verken bakhistorien - en ungdom som bodde i et programmererkollektiv som hadde diskutert problematikken i online fildeling år før Napster kom til - eller det enkle faktum at selve navnet «Napster» ikke kom til før samarbeid med Sean Parker.⁹ Opprinnelsen av navnet kontrasterer dog uttalelsen til Ali Aydar, en av programmererne Fanning bodde med og som senere ble del av Napster, som hevder at navnet «Napster» var brukernavnet Fanning kommuniserte gjennom digitalt med Aydar¹⁰; impliserende at det måtte ha eksistert over lenger tid.

At Fanning alene fortsetter å få æren i dag for å lage systemet P2P (peer to peer-networking) Napster er bygget på (se: Bartch 2017, American Public Media 2020) gir tiltro til kritikken Spitz og Hunter skisserer 15 år tidligere, og viser med dette hvordan helt elementær feilaktig informasjon enkelt kan overføres gjennom en arvelinje av ukritisk media. Like utsatt er informasjonsbaser for å inneholde skjulte politiske motiver. Fanning ble beskrevet som beskjedne, og som et følge tok Parker ansvar for det meste av offentlige uttalelser¹¹ - noe som videre åpnet for et romantisert medienarrativ for portretteringen om Fanning som en utopisk helt mot den «store industrien».¹² Kontrasterende presenterer Spotify historien til Napster gjennom Sean Parker, som riktignok i likhet med Fanning heller ikke selv hevder å være alene om produktutvikling.¹³ At det derimot er Parker, og ikke Fanning, som presenterer Napster gjennom Spotify sin podcastserie fra 2021 er neppe en bevisst reaksjon på det overnevnte. Heller er det mer sannsynlig et direkte resultat av at han selv investerte i

⁸ Spotify; Munck Studios. «00: The most epic battle in music history.» *Spotify: A Product Story*. 11.03.2021. <https://open.spotify.com/episode/5mEUQUycl3Wgx8hfWjCexD?si=5bcf93c4720746e4> , <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Prologue-Transcript.pdf> , 2.

⁹ Spitz, David; Hunter, Starling D. «Contested Codes: The Social Construction of Napster.» publisert 23.08.2006. *The Information Society, An International Journal Volume 21, 2005*. <https://doi.org/10.1080/01972240490951890> , 169-180.

¹⁰ American Public Media. «Napster.» *Spectacular Failures*. Per 31.05.2021. <https://www.20k.org/episodes/napster>

¹¹ American Public Media, «Napster»

¹² Spitz; Hunter, «Contested Codes.» 2006.

¹³ Spotify, «00». 2021, 2.

selskapet i 2010.¹⁴ Ved å følge råd ifra Spitz og Hunters resonnement fra 2004, kan et forsøk gjøres på å konstruere et historisk-kritisk bilde ut av fragmenterte bitstykker:

By portraying Napster's invention as a social process, as opposed to a one-time heroic event, and Napster's "technology" as a contested space, subject to the interpretive discretion of its various user constituencies and critics, we hope to encourage journalists, academics, managers, and inventors to realize the subjective and fleeting nature of whatever dominant or "consensus" interpretations may exist in the moment.¹⁵

Spitz og Hunter uthever hvordan det å definere Napster som et produkt er problematisk i seg selv, nemlig fordi definisjonsspørsmålet ble selve kjernen av rettsaken som til slutt skulle bli nedgangen for selskapet i 2001.¹⁶ Enklest fortalt var Napster en åpen distribueringside for mp3-lydfiler over Internett gjennom et «primitivt» (i moderne standard) system av P2P som delte lydfiler mellom to brukere. Der de tidligste verktøy for fildeling kan spores så tidlig tilbake som til 1993¹⁷, presenterte det nye P2P-systemet kritiske løsninger for distribusjon- og hastighetsproblemer tidligere utgaver av fildelingstjenester var begrenset av.¹⁸ Parker selv kommenterte at det viktigste salgspunktet for Napster var å gjøre fildeling tilgjengelig og enkelt for alle – ikke bare erfarne nettbrukere - i det han reflekterer kritisk over Napster og Internett sine tidlige dager:

So you had -- you just had a bunch of people sitting on Windows machines using this crummy front end interface, looking for, you know, searching for music. But it got -- the important thing. And this is almost -- it was an important product lesson because as somebody who is both an engineer and a designer, I go back and look at Napster, and I'm like people really used that? And the truth is, it got the job done. And people loved it.¹⁹

Vedlagt er tre skjermbilder fra forsiden til Napster sin nettside fra henholdsvis 1999 (2), 2000 (3) og 2001 (4).

¹⁴ Spotify, «00». 2021, 16.

¹⁵ Spitz; Hunter, «Contested Codes.» 2006.

¹⁶ Spitz; Hunter, «Contested Codes.» 2006.

¹⁷ Moreau, François. «The disruptive nature of digitization: The case of the recorded music industry.» *International Journal of Arts Management*, 15(2). 2013. Management International. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/disruptive-nature-digitization-case-recorded/docview/1323008928/se-2?accountid=12870> , 18.

¹⁸ Bartsch, Kendall. «The Napster moment: Access and innovation in academic publishing.» *Information services & use Vol.37 (3) p.343-348*. 2017. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/napster-moment-access-innovation-academic/docview/1993982957/se-2?accountid=12870> , 344.

¹⁹ Spotify, «00». 2021, 4.

Skjermbildene forteller en overfladisk forenklet historie om evolusjonen til Napster som selskap fra utsiden. Ambisjonen var å revolusjonere musikkbransjen - en beskjed de oppmuntret utad ved å titulere seg selv og bevegelsen «the future of music» (2). Bildet (2) viser en talende oppsummering av kvalitetene Napster ønsket å presentere. En av nøkkelkomponentene for å gjøre tjenesten enklest for alle var å lage én søkeindex som ga resultater for alt man søkte på.²⁰ Ved å plassere punktet om søkeindex til toppen av lista resonnerer poenget om slagkraften til tjenesten; Napster ville rette blikkfanget til det som trolig var deres sterkeste salgspunkt. Videre punkter (2) lager en modell som ikke virker helt ulikt moderne sosiale-mediestructurer. Ved å inkludere et system for online interaksjon over chat-basert forum la Napster grunnlaget for å bruke programvaren sin også som en sosial arena, som videre mulig kunne gi en følelse av digital felles tilhørighet. I hvilken grad spillelister ble delt digitalt som en plattform for interaksjon kan kun spekuleres i. Virkningsfullt er det i alle fall å sammenligne prospektet for Napster til moderne musikkstrømmetjenester, især *Spotify*, med funksjoner som digitale spillelister, søkeindex og «featured music» (3). Den tydelige arvelinjen og funksjon vil bli videre utdypet undervegs i teksten.

På samme måte som musikk samlet mennesker over leirbål, grammofon, vinyl, kassettplater og CD-er er det uansett utvilsomt at Napster var suksessfulle i å skape en tilhørighet blant brukere som sannsynligvis eksisterte både digitalt og fysisk gjennom å grunngi antagelsen i rene brukertall; anslått av Parker på å være opptil rundt 70 millioner på sin høyeste.²¹ Presise tall virker derimot å være usikre. Ett tilfelle i et søksmål mot Napster ifra sent år 2000, omtaler tjenesten til å ha et sted over 20 millioner brukere.²² At Napster kan ha klart å øke brukerbasen sin med 50 millioner brukere - sett at søksmålet sine anklagende tall faktisk stemmer - fra tiden informasjonshanking til rettsaken ble igangsatt før Napster som tjeneste stengte, forblir uvisst. Det er uansett grunn til å konstatere at total aktivitet må ha vært i titalls av millioner. Om Napster klarte å starte en «Internet music revelation» er et spørsmål som må svares ved å knytte historiske tråder til moderne tid og se etter utviklingslinjer. Når vi videre skal følge arven som fulgte etter - i lys av radikale tall fra tabell (1) – er det vanskelig å argumentere overbevisende mot.

²⁰ American Public Media, «Napster.»

²¹ Spotify, «00», 2021. 4.

²² American Public Media, «Napster.»

I den grad Napster - som et selskap - promoterte digitalisering av musikk som en utelukkende positiv bevegelse, var det dog opplevd å være en tilsvarende like stor negativ for makthavere i den godt integrerte musikkindustrien. Å definere «musikkindustri» er et omfattende stykke arbeid som Daniel Nordgård pessimistisk utdyper ofte blir gjort for begrenset (se Nordgård 2018, Sinnreich 2013, Cummings 2013 for begrunnede forsøk).²³ Spredningen av Napster viste åpenbart en fluktuerende brukerbase fra en plateindustri som tidligere hadde hatt en sterk politisk og økonomisk hegemoni til en ny, desentralisert plattform som var utenfor denne industriens rekkevidde.²⁴ En så betydelig mengde konsumere betydde nødvendigvis tilsvarende mengde usikre konsumere for plateselskap. Altså var det store økonomiske og politiske usikkerheter – temaer som kanskje nevnes mest i historien til Napster (se eks: Sinnreich 2013, McLeod 2015, Graham; Burnes; Lewis, Langer 2004; Cummings 2013).

Nordgård kommenterer hvordan pirataktivitet i musikk eksisterte før Internett gjennom såkalt «brenning» av CD-er, en operasjon der man kopierer digital informasjon fra en CD til en annen. Skal vi følge argumentet til Alex Sayf Cummings har det eksistert juridiske problemer for plagiatering og kopiering av lyd så lenge som det har eksistert mulighet for opptak ble utover 1800-tallet.²⁵ Cummings forklarer videre hvordan en sosial dimensjon ble etablert utover 1930-tallet ettersom konsumere (amerikanere) begynte å samle på plater og resonnerer forholdsvis tørt hvordan musikkindustriens tilpasninger til kulturelle endringer ofte har endt juridisk:

*(...) Such practises have, at times, pushed the music industry to adapt to consumer interests, although retaliation in the courts and Congress was a more common response.*²⁶

Nordgård underbygger påstanden om forandring som en essensiell del av musikkindustrien ved å oppsummere en omfattende liste interdisiplinære teoretiske og akademiske verk tilknyttet analyse av musikkindustri.²⁷ Ved å benytte seg av begrepet «post-Napster», i referanse til en nedgangsperiode i musikkindustrien som begrunnet av offentlige og

²³ Nordgård, Daniel. «Innovations and Distruptions in the Music Industries.» *Music Business Research*. 2018. Springer Nature Switzerland AG 2018. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-91887-7> , 123.

²⁴ Sinnreich, The Piracy Crusade, 2013. 63.

²⁵ Cummings, Alex Sayf. *Democracy of Sound: Music Piracy and the Remaking of American Copyright in the Twentieth Century*. 2013. Oxford University Press. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=563853&site=ehost-live> , 5.

²⁶ Cummings. *Democracy of Sound*, 2013. 3-4.

²⁷ Nordgård. *The Music Business and Digital Impacts*, 2018. 123.

akademiske debatter, begrunner Nordgård sitt eget poeng om den grad av alvorlighet Napster hadde på bransjen: det blir snakket om et før-og-etter Napster.²⁸ Dette aksentueres ytterligere ved å finne post-Napster som et begrep brukt i en nyhetsartikkel fra så tidlig som år 2000²⁹, noe som indikerer at virkningen av tjenesten var umiddelbar i populærkulturen og like sannsynlig i den akademiske verdenen.

Bilde (4) viser et skjermbilde av Napster i desember 2001 med tittelen «The Lowdown». Som forklart gjennom Nordgård og Cummings har kopiering og deling av musikk eksistert – men ikke uten institusjonelle konsekvenser. Etter en serie av rettsaker drevet hovedsakelig av *Recording Industry Association of America* (RIAA)³⁰ og det polariserende Metallica-søksmålet³¹, skulle aldri tjenesten åpne igjen - på tross av optimismen utad om et resonnement med rettighetsholdere (4). Problematikk rundt opphavsrett lå i naturen til Napster som et produkt på lik linje som CD-brenning og vinyldeling tidligere: hvordan kunne det være lovlig å dele musikk gratis med hverandre? Parker uthever i retrospekt hovedargumentet fra Napster sin side i de avgjørende rettsakene, samtidig som han viser til hvordan det også må ha eksistert delte følelser blant brukerbasen som var de faktiske driverne av produktet:

*(..) And then we never touched the music. We didn't store the music on our servers. And so we were just acting as the clearinghouse that enabled and facilitated all of this sharing of music. And it wasn't intended to be a piracy site. It just so happens that most of the music that people care about and listen to is owned by someone else.*³²

Etter en serie med hendelser og søksmål på sommer med verdier over flere milliarder, søkte Napster frivillig konkurs i juli 2001 etter å ikke kunne møte vilkår av juridiske utfall.³³ Som demonstrert gjennom statistikk (1) vet vi i dag at streaming er i blitt det dominerende vektøyet for musikkdistribuering på global basis, uten at vekst viser tegn til stagnering. Spesielt interessant er det å merke seg den moderne relevansen i Parker sitt utsagn fra

²⁸ Nordgård. *The Music Business and Digital Impacts*, 2018. 125.

²⁹ Holman W., Jenkins Jr. «How to Survive Post-Napster.» *Wall Street Journal*. 08.09.2000. Dow Jones & Company Inc, <https://www.proquest.com/newspapers/how-survive-post-napster/docview/308389171/se-2?accountid=12870>

³⁰ American Public Media, «Napster.»

³¹ Spotify, «00», 2021. 5-8.

³² Spotify, «00», 2021. 2.

³³ Spotify, «00», 2021. 7.

Napster-tiden som indikerer fra tidlig av at modellen Napster etablerte må ha gitt gjenklang til en hel generasjon med entreprenører:

We think that when music transitions to digital distribution, people will pay to receive music to their cell phones or their portable devices, to however music is pumped or piped into the home digitally, those...that will be monetized. And artists and labels will be able to make money off of that.³⁴

3. «The Lowdown» - Post-Napster

Bemerkningsverdig er det også å observere den unge aldersdemografien til toneangivende entreprenører fra tiden. Ikke bare var Fanning og Parker knapt i 20-årene når Napster ble lansert, men idéen og problemstillingene ble diskutert år før Napster ble et produkt. Grunner til at unge lot seg tiltrekke til teknologien må ha vært mange. Tilgjengelighet var dog en sikker forutsetning. I Sverige fantes et regjeringsinsinuert subsidieprogram for å levere ut PC-er og Internett til familier, noe som trolig vekket en tidlig interesse for mange. Daniel Ek, CEO av Spotify, var ikke mer enn 23 da han startet selskapet i 2006 og tok angivelig betalt for IT-tjenester allerede fra en alder av 13.³⁵

Dette stilte diskuterbart den stereotypiske idéen om en aldersdemografisk skjevfordeling i næringslivets maktposisjoner til utfordring for en kort periode. Unge mennesker oppdaget muligheter som tvang en etablert bransje til å reagere. Denne «rebelske» atferden får støtte av flere akademiske verk (se særlig Sinnreich, 2013), i noe som kan ligne et David mot Goliat-scenario. I Sinnreich sitt tilfelle er det overkommelig å peke ut positive sider i retrospekt et tiår senere og lage et narrativ rundt det. Det fantes dog en klar akademisk bevegelse som mente at endringene i musikkmarkedet ville på lengre sikt være positivt for konsumere i lyset av de akademiske debattene som oppstod kort tid etter Napsters konkurs.³⁶ Der Goliat er den

³⁴ American Public Media, «Napster.»

³⁵ Pando. "Daniel Ek's "impossible thinking" started at age 13 with a Web development mini-empire.» per 31.05.2021. 08.11. 2012. <https://pando.com/2012/11/08/daniel-eks-impossible-thinking-started-at-age-13-with-a-web-development-mini-empire/>

³⁶ Graham, Gary; Burnes, Bernard; Lewis, Gerard J; Langer, Janet. «The transformation of the music industry supply chain: A major label perspective.» *International Journal of Operations & Production Management*. 2004. Emerald Group Publishing Limited. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/transformation-music-industry-supply-chain-major/docview/232338436/se-2?accountid=12870> , 1088.

tapende antagonist i den originale historien, vant de (musikkindustrien) slaget mot Napster. Kampen var derimot, i følge Parker, på ingen måte over:

You can litigate against us. You can shut our service down. But this peer to peer technology that we've unleashed is not something you can regulate (...) If you're going to expect consumers who have just had this, you know, kind of mind-altering mind-expanding experience of being on Napster to go back to buying CDs the old way. You're totally out of touch with reality. You're living in a fantasy world.³⁷

Spådommen til Parker tok umiddelbar virkning gjennom etterfølgere som KaZaA, Groker og Dreamcast som benyttet seg av modifiserte versjoner av P2P-systemet Napster hadde skapt. Teknologien til P2P utviklet seg svært hurtig og tidlig post-Napster ble en versjon etablert som var basert på «torrents» - et system som splittet opp filinformasjon i mange små biter over flere brukere i stedet for å knytte opp to brukere som i tradisjonell P2P.³⁸ I praksis betydde dette at hver gang noe ble lastet ned var det over hjelp av et nettverk med PC-er som hver bidro med en liten del informasjon. Gjennom den svært lille filstørrelsen merket ikke brukere noe tap av brukeropplevelse på PC-ene, og spredningen av filer fungerte som en komplikasjon for RIAA. Dermed kunne de omgå de juridiske restriksjonene som begrenset Napster. Musikkindustriens fiendtlighet til nye teknologiske avansementer hadde imidlertid fått grobunn siden Napster-rettsakene, der tiden etter ble et katt-og-mus spill av søksmål og nye, modifiserte tjenester som forsøkte å omgå restriksjoner. KaZaA tapte tilmed en avgjørende rettsak på nøyaktig dette punktet: sin egen markedsføring av KaZaA som en «tjeneste som kunne omgå lover om opphavsrett.»³⁹ Kampen mellom gratis online fildeling og en plateindustri sin reaksjon gjør historien til online musikkfildeling polariserende i det fremstillingen av industrien virker å være preget av å velge side mellom «god» og «dårlig». Lars Ulrich, trommeslager i Metallica, fremstiller nokså ensidig hvordan det slo negativt ut for artister:

But it was this thing that you're either for Napster or you're against Napster. If you're against Napster, you're greedy. And if you're against Napster, you're a Luddite and you don't understand technology (...).⁴⁰

³⁷ Spotify, «00», 2021. 8.

³⁸ Spotify; Munk Studios. «01: How do you steal from a pirate?». *Spotify: A Product Story*. 11.03.2021. <https://open.spotify.com/episode/1jHRUXkeiUh44CK4KZQb0h?si=hquSjdfPSyKwv2K4WPJkQ> <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-1-Transcript.pdf>, 6.

³⁹ Arditi, David. «iTunes: Breaking Barriers and Building Walls.» *Popular Music and Society*, 37:4. 408-424. 2014. DOI: 10.1080/03007766.2013.810849, 415.

⁴⁰ Spotify, «00», 2021. 7.

Artistenes interesse var hovedargumentet for de største plateselskapene som samlet seg i rettsaken fra RIAA mot Napster. Ulrich var blant de viktigste motkjempere av Napster og den nye bevegelsen i musikkindustrien, og representerte dermed selv en klar side av saken: globale stjerner (artister) signert under kontrakter av de store plateselskapene. Kembrew McLeod forklarer derimot hvordan fildelingen gjorde det mulig for mindre etablerte artister og plateselskap å unngå økonomisk og politisk støtte for å nå ut til et publikum gjennom å slippe å få gjennomslag hos medium som radio og «big labels». Som ofte er tilfelle med undergrunnsmiljø, fikk dermed P2P-tjenester støtte i opposisjonen mot den etablerte industrien.⁴¹

Perioden post-Napster i lys av en rekke P2P-etterfølgere virket å være preget av en akademisk bevegelse som skisserte en hypotetisk gradvis institusjonell nedbryting av «the big 5», «big labels», eller bare majors; de fem store plateselskapene Universal Music, Warner Music, EMI, Sony Music og BMG som sammen eide store deler av markedsandel utover 90-tallet og inn i 2000-tallet.⁴² Demokratisering av musikk hadde argumenterbart i historien av musikk aldri vært mer aktuelt. At framtiden i musikk skulle fortsette å være preget av digital teknologi begynte å bli fast konstatert, og akademisk utfordring av plateselskapenes økonomiske hegemoni i de usikre årene fremover fulgte nødvendigvis etter (se eks: Graham, Burnes, Lewis, Langer 2004, McLeod 2005). David Arditì konkluderer dog hvordan lanseringen av iTunes i 2001 ble en stille katalysator for motvirkningen av dette, en effekt man vanskelig kunne se før snaut 10 år senere:

Now lawsuits are no longer necessary and the RIAA stopped pursuing them in 2009, since consumers have habituated their consumption to new digital intermediaries.⁴³

Uten at Arditì kommentere videre over hvorfor han velger å bruke året 2009 spesifikt, er det grunn til å tro at koblingen er satt til søksmålet gjennom IFPI av en av de historisk største og lengstlevende P2P-tjenester: The Pirate Bay (TPB).⁴⁴ Videre kan vi se gjennom tabell (1)

⁴¹ McLeod, Kembrew. «MP3s Are Killing Home Taping: The Rise of Internet Distribution and Its Challenge to the Major Label Music Monopoly1.» 521-531. *Popular Music and Society Vol 28. Iss. 4.* 2005. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/mp3s-are-killing-home-taping-rise-internet/docview/208067531/se-2?accountid=12870>

⁴² Moreau. «The Disruptive Nature of Digitization», 2013. 19.

⁴³ Arditì. «iPhone», 2014. 416.

⁴⁴ Sinnreich, *The Piracy Crusade*, 2013. 120.

hvordan året 2009 også skulle markere startskuddet for strømmetjenester i Norge, noe som gir videre tyngde til argumentet. Der Spotify, som raskt voksende og etablert strømmetjeneste, blir ofte kreditert med å fase ut deler av P2P-markedet⁴⁵, kan vi se hvordan det i realiteten trolig er en kombinasjon av både Apple, Spotify og musikkindustrien sin kollektive fortjeneste. TPB er dog fortsatt operativ og er i følge én statistikk-kilde (27.05.2021) på 367. plass av alle nettsider for global Internettaktivitet.⁴⁶ I tillegg til å være en fildelingstjeneste for musikk, velger TPB også å være åpen for en enorm base filtyper av andre slag som videoer, bøker, software og videre. Det er derfor vanskelig å anslå i hvilken skala tjenesten påvirker dagens musikkmarked. Mangelen på dagsrelevante nettartikler og akademisk debatt tydeliggjør likevel at pirataktivitet anslås som mindre innvirkende enn tidligere.

4. Post-post-Napster: Apple, iTunes, og endringer i markedsmodell

I perioden jeg velger å kalle post-post-Napster blir det synlig hvordan musikkindustrien og fildelingstjenestene begynner et samarbeid. Ved å veksle om på Ulrichs retorikk over sitatet om Napster, for å skape en tydelig for-og-mot, kan man friste seg å lage et lignende scenario som mulig oppsummerer akademiske perspektiver ved historien til tidlig musikkfildeling i retrospekt:

«But it was this thing that you're either for the music oligopoly or you're against the music oligopoly. If you're against technological innovations, you're greedy. And if you're against Napster, you're a Luddite and you don't understand technology».

Eksempelet jeg fremstiller virker dog snevert når man tar i betraktning Arditis argument om senere teknologisk videreføring i form av online musikkbutikker som iTunes og senere online strømmetjenester som Spotify, som åpenbart må ha et tett samarbeid med musikkindustrien gjennom lovlig distribuering av musikalske verk. Tidlige tegn på at musikkindustriens «oligopol» skulle vise tegn til å motbevise de akademiske prospekter for nedgangen av de store plateselskapene ble tydelig demonstrert gjennom RIAA sin tidlige skepsis til nettsiden

⁴⁵ Vonderau, Patrick. "The Spotify Effect: Digital Distribution and Financial Growth." publisert 21.11.2017. *Television & New Media* 20, no. 1. 3-19. 2019.

⁴⁶ Alexa Internet. «thepiratebay.org.» per 31.05.2021. <https://www.alexa.com/siteinfo/thepiratebay.org>

MP3.com. Nettsiden, som lot brukere kunne kjøpe mp3-filer for så laste de ned, hadde i følge RIAA en potensiell fare for å videreføre de samme kjøpte filene kostnadsfritt gjennom P2P, noe som førte til en nedstenging av siden i 2003.⁴⁷ Det samme året begynte også RIAA å saksøke enkeltpersoner for første gang samtidig som iTunes ble lansert: en timing som utvilsomt må ha gavnet begge parter i følge Arditì, og som virker mer enn tilfeldig:

These lawsuits acted as a catalyst for music consumers to find a way to download music through authorized/licensed sites.⁴⁸

Sinnreich svarer opp til Arditìs utsagn gjennom å skissere hvordan musikkindustrien gikk glipp av en unik sjanse for samarbeid mot et bredere og mulig billigere utvalg av musikk i lys av den «perfekte stormen» som kom ut av år 2003. Markedsmodellen fortsatte å inkludere hyppig produksjon av CD-er selv etter avtalene. Ved å slippe å ta i betraktning kostnader for fysisk distribusjon gjennom å investere pengene i markedsanalyse for å skape et så best mulig produkt som mulig, mener Sinnreich det kunne vært penger spart og avansement i feltet.⁴⁹ Forslaget må dog leses ut ifra intensjonene fra hans egen bok – en lengre, begrunnet kritikk til maktforholdet for de største aktørene i musikkindustrien – og fungerer dermed i beste tilfelle som en utopisk fremstilling av hvilken kraft fremtiden for musikk kan ha om man samler kreftene sine i riktig tidspunkt. Uansett får linjen av argumentet til både Arditì og Sinnreich støtte av tabell (1), som frem til 2014 – omtrent publiseringsår for begge verk - viste en ekstrem nedgang i fysiske salg. Arditì konkluderer overbevisende idiosynkratisk, og uten særlig stor akademisk motstand (eller bevissthet?), hvordan iTunes var musikkindustriens kalkulererte motsvar på P2P-bevegelsen.⁵⁰ Spotify legger heller ikke skjul på sin inspirasjon fra iTunes (og spesielt Napster) gjennom podcastserien fra 2021⁵¹, noe som konstaterer virkningen disse tjenestene må ha hatt i sin tid.

iTunes ble det markedsdominerende musikkmedium online etter nedstengingen av mp3.com og rettsakene mot enkeltindivider. Ved siden av at tidligere P2P-brukere sannsynlig følte seg tvungen til å benytte en lovlig løsning, må man tro at det finnes andre grunner til at iTunes appellerte til kunder. Umiddelbart virker ikke tilbudet særdeles fristende med et moderne

⁴⁷ Arditì. «iPhone», 2014. 417.

⁴⁸ Arditì. «iPhone», 2014. 418.

⁴⁹ Sinnreich, *The Piracy Crusade*, 2013. 64, 65.

⁵⁰ Arditì. «iPhone», 2014. 422.

⁵¹ Spotify, «01», 2021.

blikk: 9.99 dollar for et album og 0.99 dollar for én enkeltsang.⁵² Det kan være ulike grunner til at dette likevel ble en populær løsning.

Den ene grunnen kan være knyttet tilgjengelighet og kvalitet. Nye avtaler gjorde at iTunes hadde et bibliotek på over 13 millioner digitale sanger.⁵³ P2P-tjenester var begrenset av å ha så mange sanger som brukerbasen engasjerte seg med å laste opp selv. Dermed kunne man ikke garantere for eksempel å finne komplette verk som album. Videre var brukere heller aldri garantert at filen man lastet ned hadde innholdet og kvalitet som forventet. Gjennom å distribuere digitalt slapp både Apple og brukere å tenke på kapasitet, og kvalitet var konsis.

En annen form for tilgjengelighet skulle oppstå gjennom migrasjonen til nye plattformer. Ved at Apple introduserte iPod, kunne brukere benytte musikken fra iTunes hvor som helst ved å laste det ned og lage egne spillelister.⁵⁴ iTunes var dermed blitt en mobil mp3-spiller, og på samme måte som mp3 var den universelle filtypen for musikk betydde riktignok også det at mp3-filer som ble anskaffet via P2P-nettsider kunne brukes og lastes inn for offline bruk – en problemstilling Spotify uttrykker å ha hindret mulighet for deres ekspansjon frem til kreasjonen av iPhone i 2008.⁵⁵

En undersøkelse fra 2015 har som formål å kartlegge hva det er som promoterer pro-sosial atferd ved å se på hvorfor kunder velger å betale mer enn nødvendig gjennom online musikkbutikken *Magnatune* (frivillig betaling mellom 5-18 dollar). Forfatter Tobias Regner kommenterer hvordan en kollektiv skyldfølelse gjennom arvelinjen av P2P-tjenester kan være en bidragsyter for en del av den kollektive oppførselen.⁵⁶ Dette aksentuerer ytterligere den kulturelle effekten sett i populasjonen av musikklyttere. Videre snakker det til suksess av markedsmodellen som ble etablert gjennom iTunes, der lignende skyldfølelse er mulig å ha eksistert også i tiden under og post-Napster.

⁵² Arditi. «iPhone», 2014.

⁵³ Arditi, David. «Digital Subscriptions: The Unending Consumption of Music in the Digital Era.», publisert 18.01.2017. 302-318. *Popular Music and Society Volume 41 – Issue 3*, 2018.
<https://doi.org/10.1080/03007766.2016.1264101>

⁵⁴ Sinnreich, *The Piracy Crusade*, 2013. 108.

⁵⁵ Spotify; Munck Studios. «02: How do you charge for nothing?» *Spotify: A Product Story*. 17.03.2021.
<https://open.spotify.com/episode/7oB1UYZtOiKqY1Gj3niptG?si=e379cf21fb014ca2>
<https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-2-Transcript.pdf>, 2.

⁵⁶ Regner, Tobias. «Why consumers pay voluntarily: Evidence from online music.» 205-214. *Journal of Behavioral and Experimental Economics Volume 57*. 2015.

Den potensielt endrede brukermentaliteten kan underbygges også ved å sammenligne mangel på markedsalternativ. For 0.99 dollar fikk brukere umiddelbar tilgang til én spesifikk låt, med offline tilgang i et både mindre og mer praktisk digitalt format enn tilsvarende walkman, discman, og andre portable CD-løsninger. Alternativene var nettopp dette: CD-er og eventuelt kassetter og vinylskiver, som sjeldent ble solgt singelvis. Dette betydde at man ble enten nødt til å kjøpe et helt album for potensielt å ønske kun enkeltlåter, eller brenne singler inn på CD-er gjennom P2P-tjenester.

En grunn for at konsumere ville ønske å ha singler – som videre kan ha vært starten på en endring i samlermentalitet for mange – kan sees som en reaksjon på musikkindustriens og radioens kollektive innsats mot å produsere og distribuere «radiovennlige» hitlåter utover 90- og inn på 2000-tallet, i kombinasjon med økende overgang til musikk over Internett og P2P. En aggressiv innsats mot enkeltlåter over radio i regi av reklameinntekt⁵⁷ skapte dermed et klima der helhetsinntrykk i album ble underminert potensiell inntekt i enkeltstående «hits». András Rónai skildrer de økonomiske utfallene av dette ved å påpeke hvordan det dermed oppsto en kunstig høy økonomi i musikkbransjen utover 90-tallet som følge av økt produksjon av album med tilsvarende økt antall «fillers» - låter som eksisterte for å fylle ut album ved siden av et lite antall «radiohits».⁵⁸ Som resultat av at konsumere var tilvant å høre singellåter gjennom kun radio hovedsakelig, i kombinasjon med et marked som ga en relativt sett dårlig verdi i kjøp av fysisk album – både for innhold og pris - ser man hvordan Napster skapte en tjeneste det fantes et stort markedsbehov for; et behov som fortsatt eksisterte da iTunes tok over som dominerende online musikkjeneste.

Gjennom arvelinjen til Napster gjennom perioden post-Napster, drevet av institusjonell ustabilitet og saksmål har vi sett hvordan «post-post-Napster» er en periode karakterisert av tilbakevinning av hegemoni for musikkindustrien gjennom et nytt samarbeid mellom musikkdeletjenester og industrien. Dermed er basis lagt for å kunne benytte observasjoner opp mot dagens digitaliserte musikk-klima. Ved å bygge videre på bemerkningene fra første kapittel rundt Söderströms poeng om bekvemmelighet som drivende faktor for både

⁵⁷ Nordgård. *The Music Business and Digital Impacts*, 2018. 59.

⁵⁸ Rónai; Tofalvy, Tamas; Barna, Emília. «Frictionless Platforms, Frictionless Music: The Utopia of Streaming in Music Industry Press Narratives.» *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream*. 2020. Palgrave Macmillan. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/mp3s-are-killing-home-taping-rise-internet/docview/208067531/se-2?accountid=12870>, 101.

konsumer og industri, kan et tydeligere bilde av Spotify sin posisjon etableres som en markedsledende institusjon. for distribuering av musikk gjennom fortsettelse av ambisjonene satt av Napster og markedsmodellen gjennom perioden post-Napster.

5. Spotify, smarttelefoner og maskinlæring

En tidlig utgave av Spotify var bygget på inspirasjon fra torrents-videreføringen av P2P gjennom post-Napster perioden. Ludde Strigeus, skaper av μ Torrent – en av de tidlige nettsidene som skapte torrent-teknologien – ble en nøkkelperson for Spotify gjennom å konstruere et hybridssystem av nettserversystem og P2P.⁵⁹ På samme måte som hastighet og enkelhet i bruk var suksessmodellen for Napster, adopterte Spotify denne filosofien og videreførte til det som i dag er det markedsledende medium: *musikkstrømming (streaming)*. Dette var også filosofien før musikkstrømming i oppstarten av Spotify, der Strigeus forklarer hvordan en ny teknologi måtte til for å kunne støtte Spotify sine egne nettservere når brukere måtte gå gjennom deres servere, og brukerantall økte eksponentielt:

(...) what made peer-to-peer a good fit for Spotify was basically that we could offload the servers. So everything that's not a part of these, you know, 30 first seconds of the song could be downloaded from the peer-to-peer network, which meant that we could reduce the amount of servers and we could reduce the amount of network traffic from those servers. In combination with a local cache thing on your computer or -- so basically whenever you listen to something that gets saved on your harddrive and if you listen to the same thing again, instead of getting it from the servers, you would just read it from the cache. And this fits well with the peer to peer network, because everything that's in your cache could be shared over the peer to peer network.⁶⁰

Serverkapasiteten sto ikke for mer enn rundt 10% av all brukeraktiviteten som et resultat av cache og P2P-løsningene, noe som gjorde at Spotify kunne komme unna med å sette opp et serversystem i et så lite område som en vanlig leilighet fra tidlig av.⁶¹ Ettersom brukertall økte – et tall som i dag er målt til 356 millioner månedlige lyttere i første kvartal 2021⁶² -

⁵⁹ Spotify, «01», 2021. 8.

⁶⁰ Spotify, «01», 2021. 8.

⁶¹ Spotify; Munck Studios. «05 When your winning bet becomes your losing bet.» *Spotify: A Product Story*. 11.03.2021. <https://open.spotify.com/episode/4eVx6z102RcFwPHA5PB06o?si=b48511f579124b33> , <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-5-Transcript.pdf>, 3.

⁶² Spotify. «Spotify Reports First Quarter 2021 Earnings.» per 31.05.2021. Publisert 28.04.2021. <https://newsroom.spotify.com/2021-04-28/spotify-reports-first-quarter-2021-earnings/>

måtte nødvendigvis antall servere øke betraktelig. Teknologiske nyvinninger kombinert med økt brukertall betydde kontinuerlig ekspansjon av servere; noe som ga en modell som ikke ville være bærekraftig i lengden med datidens teknologi. I dag benytter Spotify i likhet med majoriteten av de fleste lagringstjenester primært skytjenester, også kjent som cloud, som er et system som tillater brukere å benytte seg av data eksternt fra sin egen enhet.⁶³

Den originale hybridteknologien var derimot konstruert for PC-bruk – både fra et brukerperspektiv men også fra et teknologisk perspektiv. På grunn av den konstante fildelingen som P2P er tuftet på var enheter nødt til å være konstant koblet til en kilde av Internett for å fungere. Hvis brukere ønsket å fortsette brukervanene fra iTunes med å ta med seg musikken vekk fra hjemmet, betydde dette at de måtte ha en konstant tilgang på mobilt bredbånd – en mulighet som i 2008 enda ikke var realisert over et globalt basis. Der mobilt bredbånd begynte å bli etablert, som i Sverige, var mulighetene fortsatt begrenset av mobiloperatørens avtaler som ville gjøre det økonomisk uansvarlig for de fleste brukere.⁶⁴ Dette, kombinert med andre teknologiske utfordringer som mobilenes strømkapasitet på tiden, skildrer hvordan ambisjonen for Spotify lå foran den daværende teknologien. Anno 2019 anslås 95% av nordmenn å eie en smarttelefon⁶⁵, der prosentandel nærmest doblet i løpet av kun 7 år. Digitalisering har kommet for å bli – og kan kun bli større i fremtiden.

Introduksjonen av App Store til iPhone i 2008 skulle markere et definitivt skifte i medium fra PC til mobil. Nordgård hevder hvordan diskusjoner innad i den norske musikkbransjen ved en konferanse i 2009 uttrykte usikkerhet til den økonomiske modellen iTunes var stiftet på, der argument ofte var at musikken ble sidestilt salg av fysiske enheter (mobiler) og apps, og som resultat var ikke lenger selve musikken hovedmotivator for salg.⁶⁶ Denne bekymringen forteller om bevisstgjøring fra tidlig av om et revolusjonerende paradigmeskifte i teknologiverdenen fra desktop til smarttelefoner. Spotify sin innsats for å komme på App Store ble initiert i 2011, men likevel ikke materialisert for Spotify før i 2013.⁶⁷

Patrick Vonderau forklarer Spotify som et medium tuftet på fire grener: musikk, teknologi,

⁶³ Ardit, «Digital Subscriptions», 2018.

⁶⁴ Spotify, «05», 2021. 7.

⁶⁵ MEDIENORGE 2021 «Andel med tilgang til smarttelefon»; *SSB 2021*, per 30.05.2021.
<https://medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/388>

⁶⁶ Nordgård. *The Music Business and Digital Impacts*, 2018. 66.

⁶⁷ Spotify, «03», 2021. 16.

finans og ads.⁶⁸ Videre påpekes hvordan Spotify, med tilknytting Facebook, begynte å modellere reklamesystemet (advertisements; ads) deres etter Facebook – en modell storindustrier baserer den største delen av inntektene sine på. Googles årsrapport fra 2020 leser 80% av selskapets totale inntekt gjennom ads; et tall som nådde 147 milliarder dollar.⁶⁹ Der Vonderau ikke utdyper tilknyttingen nærmere, vises tilknyttingen til Napster igjen gjennom Sean Parker som hadde som profesjonelt virke å være president av Facebook,⁷⁰ i tillegg til å være investor i selskapet fra tidlig av. Dette gir grunn til å tro Vonderaus argument, som videre i artikkelen konkluderer posisjonen til Spotify som sidestilt Facebook og Google:

*Spotify today should be regarded less as a Swedish music streaming service than as a U.S.-based media company.*⁷¹

Der Napster startet et særdeles betent forhold til musikkindustrien som lenge utfordret makthegemoniet de tidligere hadde, skulle altså Spotify i lys av medvirkende personer og gjennom avtaler med plateselskap først initiert av iTunes, gjenforene forholdet mellom storindustri og musikkfildelingsprogram.

Videre fikk dermed den økonomiske modellen basert på reklame – ikke ulik den samme fra radioens storhetstid pre-Napster - en slags gjenopplivelse gjennom Spotify i det brukermodellen (for mobilmarkedet) til Spotify ble etablert på to økonomiske grunnlag: gratiskunder som genererer inntekt ads i mellom låter og premiumkunder som betaler en månedlig sum.⁷² Premiumkunder kunne fritt moderere spillelister som de selv ønsket, mens gratisbrukere ble begrenset av funksjonen «shuffle play» som gjorde at selv om spillelister kunne lages fritt ble musikken spilt om hverandre tilfeldig i tillegg til å ha ads i mellom. Friheten i å velge låter selv for gratiskunder gjorde dog Spotify til en større arvtaker av tradisjonen fra tidlig 2000-talls P2P, enn radio som Söderström selv indikerer:

(...) it looked an awful lot like listening to one of these radio stations. Yes -- users could build their own playlists, but outside of that, they had no control over how often they heard a particular artist or song

⁶⁸ Vonderau. «The Spotify Effect», 2017.

⁶⁹ Alphabet Inc. «Form 10-K.» 2021.

https://abc.xyz/investor/static/pdf/20210203_alphabet_10K.pdf?cache=b44182d

⁷⁰ Spotify, «00», 2021. 16.

⁷¹ Vonderau. «The Spotify Effect», 2017

⁷² Vonderau. «The Spotify Effect», 2017

*or in what order the tracks were played -- but from the user's perspective, it decidedly wasn't radio (...).*⁷³

En av utfordringene Spotify overtok videre fra arven til Napster og iTunes var endringer i samlermentalitet i musikken. Der man tidligere samlet på musikk fysisk, måtte engasjementet ble flyttet over til digitale spillelister. For brukere av Napster sin del kan motivasjon ha vært både økonomisk og reaktivt drevet. Spotify måtte derimot konkurrere mot nettopp disse kostnadsfrie tjenestene, noe som sannsynligvis drev Spotify til å drive en «freemium»-modell (gratismodell) fra starten av – en tjeneste som utenifra «føles» kostnadsfritt.⁷⁴ Söderström poengterer at nye lyttervaner (fra fysisk til digitalt medium) var allerede blitt etablert gjennom Napster på 2000-tallet, så den viktigste faktoren for Spotify ble å forbedre alle aspekter av modellen som allerede eksisterte.⁷⁵ Videre skulle «access versus ownership» være en nøkkelmodell, der Söderström indikerer hvordan det fortsatt var viktig for lyttere å føle at de eide musikken. I tidlig metadata kunne Spotify se hvordan musikk ble nærmest hamstret, der makskapasiteten som var satt til et ekstremt høyt tall i hundretusenvis de ikke anslo skulle bli nådd, gjøre nettopp det. Sophia Bendz, Spotify sin første markedsdirektør, understreker Söderström sitt poeng ved å observere hvordan brukere kategoriserte musikken sin likt digitalt som de gjorde fysisk i årene før smarttelefoner kom til markedet.⁷⁶

Argumentet om at lyttervaner allerede var etablert kunne stemme i sin enkleste form av endring fra fysisk til digitalt medium, men det kan virke som mentaliteten for hva musikk faktisk *betyr* fortsatte å være preget av en pre-Napster mentalitet også utover 2010-tallet, noe som virker å resonnerer i akademiske sirkler der definisjoner av musikk og sjangre fortsatt blir tydelig preget av ideen om musikk som en fysisk entitet. Det kan argumenteres i lys av Söderström sitt argument om bekvemmelighet, at den største endringen som har skjedd post-Napster er en overgang fra fysisk til digital musikalsk tilhørighet gjennom globalisering og digitalisering, der direkte arv kan sees på tross av teknologiske revolusjoner.

⁷³ Spotify; Munck Studios. «03 This party is going to end.» *Spotify: A Product Story*. 24.03.2021. <https://open.spotify.com/episode/7DIdxmp8lSCyrqoQhbGykf?si=6a009380a9fe4a09> , <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-3-Transcript.pdf> , 15.

⁷⁴ Nordgård. *The Music Business and Digital Impacts*, 2018. 59.

⁷⁵ Fridman. «Gustav Söderström», 2019.

⁷⁶ Spotify, «00», 2021. 13.

Söderström oppsummerer kanskje selv best argumentet for en moderne forståelse av lean back-teorien og det han kaller en bevegelse mot bekvemmelighet gjennom moderne maskinlæring i en digital verden:

(...) we evolved from being an online music library and playlisting service that put all the actual work of curating and organizing the world's music catalogue in the hands of the user, to a machine-learning powered recommendation engine -- that does the work for you.⁷⁷

Maskinlæring er en slags underart av kunstig intelligens, som i Spotify sitt tilfelle skulle redefinere hvordan spillelister ble distribuert og hvilket innhold de skulle inneholde. I Spotify sitt tilfelle brukes algoritmer for å undersøke en rekke brukervaner og lage anbefalinger ut ifra trender av kollektiv mengde brukerdata ned til enkeltpersoner så vel som på makronivå.⁷⁸ Til forskjell fra Napster og iTunes, kunne dermed Spotify komme med anbefalinger til brukeren i form av hovedsakelig spillelister – noe som med all trolighet er en sterk bidragsyter til at Spotify i dag har over 4 milliarder spillelister.⁷⁹ I dag finnes det et sett automatiserte spillelister for alle brukere. Særlig vil jeg utheve spillelisten «Discover Weekly» oppmerksomhet for hvordan Spotify framstiller listen som et symbol for selskapets teknologibaserte agenda. Discover Weekly er en algoritmebasert spilleliste individualisert for hver eneste bruker som leverer en liste med sanger algoritmene anslår du vil like basert på brukerens tidligere lyttemønster.⁸⁰ Episode 4 av podcastserien til Spotify handler om maskinlæring som en viktig del for selskapet og teknologiverdenen som sådan i årene rundt midt 2010-tallet. Underliggende hinter dog Spotify med en noe skremmende undertone ambisjonene for tjenesten – et sitat verdt å bemerke seg med nåtidens snau 350 millioner månedlige lyttere:

We switched our vision from “even better tools to playlist yourself” to “you should never have to playlist again”.⁸¹

Spotify hinter dermed svært åpenlyst til automatisering som et middel for musikkindustrien, og fremstiller dermed et potensielt scenario hvor brukerbasens forståelse av musikk og

⁷⁷ Spotify, «03», 2021. 1.

⁷⁸ Spotify, «04», 2021. 6-8.

⁷⁹ Spotify; Munck Studios. «04 Human vs Machine.» *Spotify: A Product Story*. 31.03.2021. <https://open.spotify.com/episode/0T3nb0PcpvqA4o1BbbQWpp?si=af3075fc0dfa4c0b>, <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-4-Transcript.pdf>, 4.

⁸⁰ Spotify, «04», 2021. 9.

⁸¹ Spotify, «04», 2021. 9.

sjangre blir underminert teknologiske avansementer og forutbestemmelser. Altså kan det virke som man igjen ser en endring i lyttemønstre fra aktiv konsumering til passiv konsumering; sanke ut spesifikke sanger for å lage en spesifikk stemning - til kun å søke opp stemningen. Denne potensielle utviklingen av sjangerforståelse begrunnes i hvordan Spotify fremstiller bruken av spillelister. Ved å se hvordan et tredjeparti kalt *Tunigo* brukte Spotify for å lage svært populære spillelister basert på aktiviteter og følelser, kjøpte Spotify opp selskapet «in a bet to build the most data driven playlisting system the world had ever seen».⁸² Gjennom «editorials» – lister som ved siden av brukerdata og maskinlæring er moderert og håndplukket av ansatte for Spotify⁸³ - finnes en stor mengde oppførselsfremmende spillelister kalt blant annet «Soak Up the Sun», «Licence To Chill og «Wine & Dine» som alle har flere hundretusener følgere.

«Soak Up the Sun» gir følgende forklaring for listen på 120 låter med over 875000 «likes» (en følgefunksjon) anno 02.06.2021: «Drink up these tunes and all the feels. Good vibes only.»⁸⁴ Spillelisten inneholder en flust av band der artistene kan virke å sammenfatte en rekke ulike sjangre og stiler (tilfeldig plukket): *Empire of the Sun*, *courtship*, *Milky Chance* og *Vance Joy*. På coveret av spillelisten appellerer det tilhørende bildet; en solbrun mann med et longboard som slapper i et strandområde mens han drikker fra en kokosnøtt, til følelser tilknyttet sommer og ferie. Mangelen på konkret forklaring av spillelistens funksjon, gjennom en kombinert bruker-og-maskinlærings editorial uten klare valg av sanger og sjangre for lytter, vises fortsatt stor popularitet. Der det er trolig at musikken treffer flere av assosiasjonene til «good vibes only», virker det nærmest som en kuriositet hvordan så lite informasjon kan få med en så stor brukermengde.

På en måte som resonnerer med Vonderau sitt utsagn om Spotify, konkluderer eksempelet av editorials hvordan teknologiske utviklinger samt politiske/økonomiske initiativer – og i senere tid særlig ads – kollektivt beveger utviklingen av moderne musikk. Gjennom å tydeliggjøre Napster sin arverekke i perioden post-Napster til i dag kan samme utsagn brukes for å oppsummere perioden Napster til Spotify. Vonderau sin bemerkning er tuftet på å sammenligne Spotify lik en storindustri, med et makthegemoni lignende det Napster originalt

⁸² Spotify. «04», 2021. 13.

⁸³ Spotify. «04», 2021. 14.

⁸⁴ Spotify. “Soak Up The Sun.” per 01.06.2021. *Spotify*.
<https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DX6ALfRKIHn1t?si=0643e055ce664d31>

hadde som formål å motarbeide. Derimot har historien til Napster fra starten vært preget av å være tett knyttet opp til store aktører i plate-og musikkindustrien, noe som gjør forholdet musikkfildeling og storindustri til alt annet enn et dikotomi.

6. Sjangre i endring? Refleksjon av endrende brukervaner

Er sjangre konstante, eller kulturelt og tidsbestemt betinget? Kan vi fastslå at en sjanger er det samme nå som i fremtiden? Nick Prior, professor i kulturell sosiologi fra universitetet i Edinburgh, poengterer humoristisk men dog presist forvirringen mange sannsynligvis føler i de radikale og kompliserte endringene som stadig finner sted i moderne musikklandskap:

*The pace of change afflicting music cultures—from taste formations to the dominance of streaming platforms, stylistic transformations to how we discover new music – is bewildering at best and unintelligible at worst.*⁸⁵

Spotify sin forretningsmodell promoterer et passivt lyttemønster gjennom editorials og maskinlæringsbaserte spillelister. Hva kan dette ha å si for samtiden og fremtidens forståelser av sjangre?

Jennifer Lena bygger på ved å understreke hvordan sjangre aldri er konstante i det omrissene for det hun kaller «genre communities» stadig endres:

*I define musical genres as systems of orientations, expectations, and conventions that bind together industry, performers, critics, and fans in making what they identify as a distinctive sort of music. In other words, a genre exists when there is some consensus that a distinctive style of music is being performed (...) I believe my definition of genre facilitates a deeply sociological approach to the subject, in that it focuses attention on the set of social arrangements that link participants who believe themselves to be involved in a collective project.*⁸⁶

Lena uthever særlig det utøvende aspektet i forbindelse med det sosial-kollektive i det de lokale «musikkscenene» blir viet oppmerksomhet. Dette er enkelt å se for seg: når jeg tenker på tradisjonell rock ser jeg for meg utestedet *Grå* i Trondheim der jeg til stadighet ser middelaldrene, skallede menn med svart jakke - gjerne lær - og en pils i hånda mens det

⁸⁵ Prior 2020; Tofalvy, Tamas; Barna, Emília. *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream*. 2020. Palgrave Macmillan. AN 2464017 , 101.

⁸⁶ Lena, Jennifer C. *Banding Together: How Communities Creates Genres In Popular Music*. Princeton: Princeton University Press, 2012.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=408427&site=ehost-live> , 6.

spilles en live-gitar solo i bakgrunnen. Samtidig når jeg tenker på punk ser jeg for meg tynne ansikter og pistrete hår krokbygd over et skjorteløst band på scenen på *UFFA*. Tenker jeg på en britisk punker kan jeg derimot ikke stedfeste på samme måte, selv om man må tro at en brite som identifiserer seg med kulturen lett kunne gjort det. Der jeg ser for meg et bilde fra midt-70-tall i svart-hvitt av sint ungdom med mohawk, lærkledd og Doc Martens, er det sannsynlig bare en representasjon tilsvarende et overfladisk bilde i en bok sammenlignet med en som opplevde det selv. Nick Crossley forteller fra et perspektiv av en ung tenåring gjennom midten av 70-tallet hvordan interessen i punk som startet med selve musikken utviklet seg til å bli en interesse i punk som *politisk bevegelse og sosial identitet* – en bemerkning som videre skulle forme den akademiske fremtiden hans som sosiolog. Der Lena gir sin forklaring av «sjanger» som en musikalsk totalitet gjennom det hun døper en genre community, velger Crossley å døpe en nok så lignende beskrivelse ved å kalle sitt paraplybegrep «music worlds».⁸⁷

En evig pågående debatt om definisjon ligger kanskje i all natur som har en sterk subjektiv konnotasjon. Dette ser vi i hele akademiske felt som etnomusikologi, der kontinuerlig kulturell utvikling og globalisering legger premisset for stadig å stille nye, oppdaterte spørsmål til feltets akademiske, så vel som etiske og moralske intensjoner i utgraving og innhenting av musikalsk data på tvers av kulturer og landegrenser (se bl.a: Stobart 2008, Merriam 1960, Nooshin 2011). En måte å tolke forslaget om sjanger som en interdisiplinær funksjon presentert av Crossley og Lena kan være å tenke på det som noe holistisk – der alle små deler utøver en større totalitet. Samtidig er det da fristende å sammenligne til den enkle filosofiske problemstillingen jeg husker fra barneskolen: hvis en mann er alene og roper i en skog, lager han da lyd? Impliserende her er å stille spørsmål til en handlings verdi dersom det ikke utgjør noen åpenbar nytte. På samme måte kan man spørre i hvilken grad en selv påvirker en sjanger, dersom en ikke har et publikum for musikken man fremstiller, kulturen man bevilger seg i, og den kollektive sosiale produksjonen man utøver.

Der subkulturer, genre communitites, music worlds - eller bare musikk sjangre - deler en felles egenskap i at de oppstår som et resultat av videreføring fra en allerede etablert entitet,

⁸⁷ Crossley, Nick. *Networks of Sound, Style and Subversion : The Punk and Post-punk Worlds of Manchester, London, Liverpool and Sheffield, 1975–80*. Manchester University Press, 2015.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1131176&site=ehost-live> , 1, 22.

påpeker David Brackett interessant hvordan musikkvitenskapelig informasjon som allerede eksisterer i media kan skape en hegemonisk tilt til de eksisterende definisjonene - til tross for selv å være iboende enig at sjangre er konstant endrende: i kunstmusikken virker det å være relativt etablerte sjangerforståelser, der «sjanger» er byttet ut til fordel for «stil».⁸⁸ Jeg har selv opplevd å få som lytteoppgave på universitetsnivå å kategorisere en kunststil inn i en periode etter kun å få et auditivt eksempel. Ved å lytte etter besetning, tonalitet, notere formskjemaer og takt så kan en fint høre seg frem til Bach og si at dette er typisk barokk-stil. Å tre med den samme sikkerheten i vestlig ikke-kunstmusikk (debattert populærmusikk) kunne også vært gjennomførbart - og gjøres helt sikkert - men det kan virke som det finnes en større tilbaketrukkethet for det akademiske feltet å bevilge seg inn på disse områdene det ikke finnes en like sterk tradisjon for. Dette taler i så fall til hvordan en av de første akademiske papirene som forsøkte å skape en sjangerdefinisjon ved populærmusikk ikke kom før i 1981 i forbindelse med den første konferansen til *International Association for the Study of Popular Music* i 1981⁸⁹. Hva som er populærmusikk fortsetter å være debattert og holdes utenfor dette papiret. Utenifra kan vi stadig se at publiseringer om et særdeles aktuelt tema ikke skulle komme før rundt 40 år siden.

Det kan være, på samme måte som klassifisering av tidsepoker ikke kan forekomme før epoken nødvendigvis er ferdig, at et forsøk på klassifisering av moderne musikk kan vanskelig argumenteres over en lengre periode ettersom det kollektive verdenssamfunn tilsynelatende stadig utvikles hurtigere og mer globalt. Klassifisering er dog ikke nødvendig for å observere trender. Gjennom Lena og Crossley utheves en trend for sjangerforståelse i sosiale studier i academia utover 2010-tallet som en sosial tilhørighet tilknyttet fysisk stadfestning. Arditi uthever deterministisk i 2017 hvordan dette kan virke begrensende for det moderne digitaliserte klimaet:

*Digital music provides the opportunity to overcome some of the limitations of physical recordings by expanding their length and broadening access to recordings. However, the capitalist characteristics of digital music limit the social character of record collection. What was once a social/cultural aspect to listening to music has been curtailed by allowing access to large databases of recorded music.*⁹⁰

⁸⁸ Brackett, David. *Categorizing Sound: Genre and Twentieth-Century Popular Music*. University of California Press, 2016. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1244591&site=ehost-live>

⁸⁹ Brackett, *Categorizing Sound*, 2016. 7.

⁹⁰ Arditi. «Digital Subscriptions», 2017.

Spotify ønsket åpenlyst å endre holdninger til samling av musikk for å hjelpe markedsmoellen deres, noe som tabell (1) viser suksessen i ved ytterligere dramatisk tap i markedsandel av fysiske salg i bølgen av Napster og iTunes årene før Spotify. De siste årene har imidlertid dette tapet stagnert. Det er mulig at det kan knyttes opp mot etablerte tradisjonelle tilknyttinger til musikk. Innunder praksis av musikk i fysiske scener, med tilhørende salg av fysisk produksjon koblet mot en samlermentalitet og en følelse av eierskap. Salg av vinyl og kassetter virker å ha hatt en oppsving de siste årene, noe som kan være medvirkende. Viktigst tror jeg likevel statistikken forteller om et behov for musikk som en sosial arena, på lik linje Lena, Crossley og Arditi forteller.

I stedet for å lese statistikken som et gradvis tap av musikk som en sosial arena, ønsker jeg i lys av å ha fremstilt en sterk kobling Napster-Spotify å fremstille hvordan de sosiale arenaene har flyttet seg digitalt – et aspekt akademia ikke har fremstilt før nylig. Et nytt rettet fokus på det moderne, digitale musikklandskapet begynner mulig å sakte integreres i akademiske sirkler. Særlig i lys av Tamas Tofalvy og Emília Barna sitt samleverk fra 2020 av 14 kapitler gjennom 15 forfattere: *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream* ser vi et forsøk på å samle musikalske tråder fra ulike multikulturelle og multietniske perspektiver gjennom ambisjon å lage en omfattende portrettering om musikk sitt forhold til teknologi og mennesker.

Spotify kjøpte opp våren 2021 en audio-sosial app kalt *Locker Room*, som gir et mulig perspektiv på ambisjonene for fremtiden til Spotify som videre satsing på en sosial arena.⁹¹ Tjenesten som blir kalt *Green Room*, er per 02.06.2021 ikke enda lansert. Spotify gir et mulig svar til hvordan digitale sosiale arenaer ikke tidligere har blitt viet oppmerksomhet i noen nevneverdig grad ved å kommentere til mangelen av et kritisk aspekt for potensiell suksess: muligheten for å kommunisere på en like enkel måte som i fysiske områder:

*If you follow the trajectory of other media -- like writing and video (...) audio will only continue to get much, much bigger and we'll see a whole new class of creators come along.*⁹²

⁹¹ Spotify; Munck Studios. «09 Building the future of audio.» *Spotify: A Product Story*. 05.05.2021. <https://open.spotify.com/episode/4T5F3dCz5BUJmJoDn3d71V?si=b4047c313f6d4939>, <https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/05/Episode-9-Transcript.pdf> , 15.

⁹² Spotify, «09», 2021. 15.

Der hvor idéen om en digital sosial musikkarena virker å være av industriell og akademisk interesse først i helt nyeste tid, viser tabell (2) interessant hvordan Napster hadde en sosial arena i planene selv fra starten av – over 20 år tidligere. Enkelhet i bruk og bekvemmelighet har vært nøkkelfaktoren fra starten av musikkfildelingstjenester gjennom Napster, der den tidlige modellen for prospektet virker å kunne mer eller mindre følges slavisk frem til i dag. Det gjenstår å se i hvilken grad Spotify sin Green Room integreres i brukerbasen. Umulig er det dog ikke at påvirkningen kan være substansiell gjennom å vurdere en ny bevisstgjøring av digital tilhørighet både akademisk og i populærkulturen.

7. Konklusjon

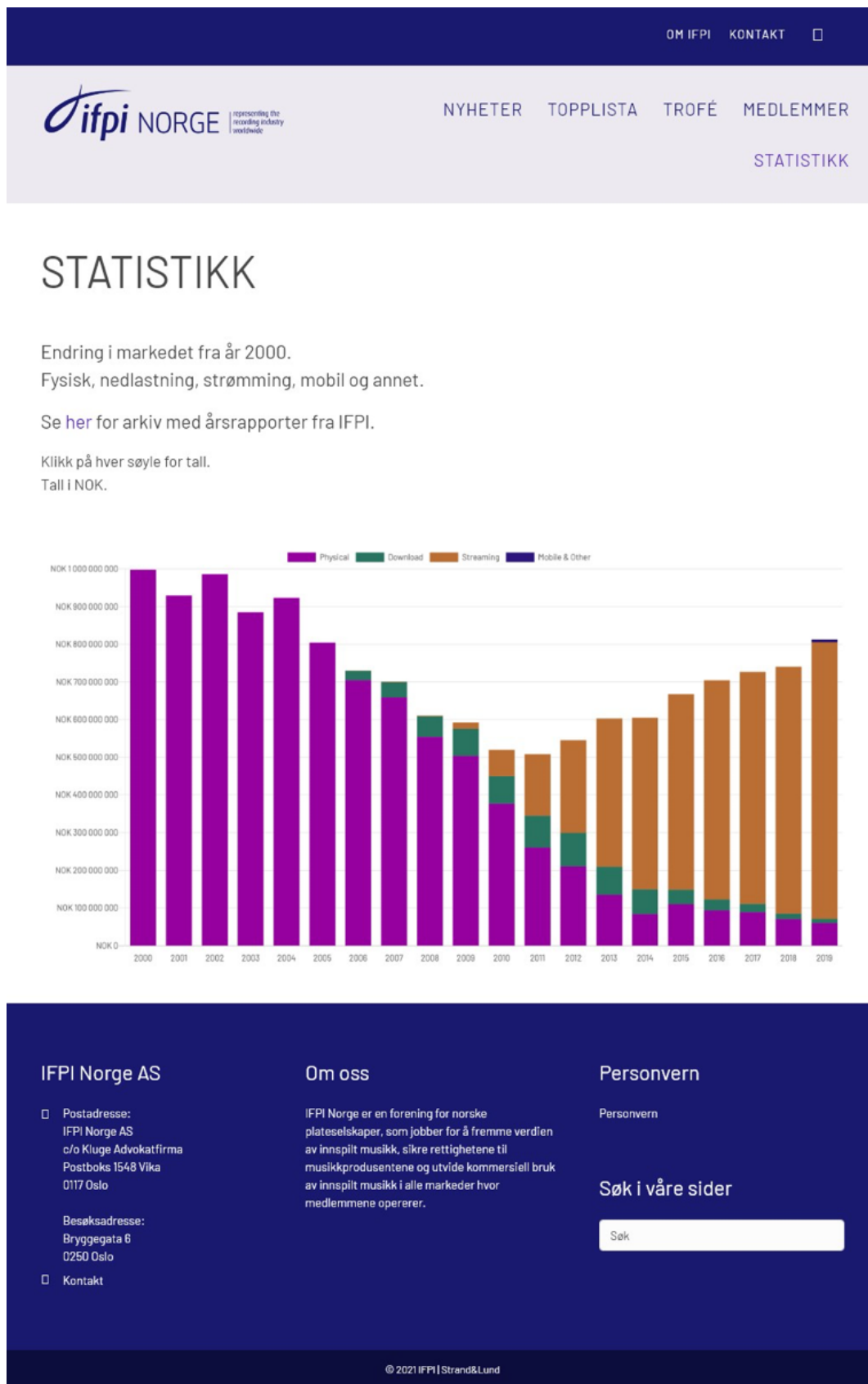
Ved å etablere tidslinjen til Napster gjennom egen levetid, post-Napster, post-post Napster ved Apple/iTunes og Spotify er direkte innvirkning funnet gjennomgående i teknologiske, økonomiske og finansielle/politiske modeller samt motiver. Etableringen av P2P-fildelingssystem la basis for samtlige perioder der modifiserte utgaver ble benyttet helt frem til nylig tid før integrering av skytjenester. Overordnet er ambisjonen om bekvemmelighet og hastighet som viktigste driver for markedsmodell videreført i samtlige etterkommere.

I dag ser vi en klar markedsdominans i strømmetjenester. De politiske og økonomiske forutsetninger for strømmetjenester ble dog muliggjort først gjennom avtaler mellom Apple/iTunes og musikkindustrien med formål å gjenskape markedskontroll etter Napster sin popularitet ved lansering. Altså kan Napster ansees som ansvarlig for å ha skiftet en hel industri fra fysisk til digitalt format. Videre har initiativet belyst hvordan musikkindustrien i dag er tvunget til å samarbeide med teknologien, i stedet for mot som var tilfellet gjennom en rekke rettsaker i perioden Napster og post-Napster. Der Napster videre ofte blir omtalt som en reaksjon mot storindustrien, utfordrer dog denne oppgaven dette synet ved å peke på innvirkningen Napster har hatt på senere musikk-tjenester gjennom deres egen ambisjon. Sean Parker, medstifter, har hatt et tett samarbeid med Spotify som i dag er vist å operere med en finansiell modell lik storindustrien – som Facebook der Parker selv jobbet. Fremstillingen av et «oss mot dem» må derfor leses kritisk.

Ved innføring av digital fildeling ble starten på en brukeroppførsel fra aktiv til passiv

konsumering videreført til det som i dag er en definerende egenskap for det moderne musikk-klima. Teknologi har som oppgaven har fremstilt alltid ligget som basis for forming av lyttevaner. I dag er automatisering av spillelister gjennom Spotify ansvarlig for å endre sjangerforståelser vekk fra spesifisitet og over på følelser gjennom algoritmisk design og maskinlæring i samarbeid med menneskelig moderering. Nye forståelser av musikk som en digital sosial arena begynner helt nylig å etableres i akademia og populærkultur, noe Napster gjennom funn i skjermbilder fra en tidlig utgave av nettsiden deres bemerkningsverdige hadde i planene selv 20 år tidligere. Ved å analysere skjermbildene for Napsters ambisjoner, er det kontinuerlig bevist sammenheng mellom prospektet for Napster gjennom senere musikk-tjenester

Vedlegg:



(1) IFPI, *Statistikk*, per 31.05.2021. Strand&Lund, 2021. <https://ifpi.no/statistikk/>



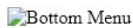
It's Here!!

Napster v2.0 is now available! [Download it now](#) and join the internet music revolution!

Welcome to Napster, the future of music. Napster is the best search engine available, and the best way for users to find and download MP3s. By creating a virtual community, Napster ensures a vast collection of MP3s for download. Napster also eliminates the problems of conventional FTP transferring by using cutting-edge technology to ensure the completion of each MP3 transfer.

napster features include:

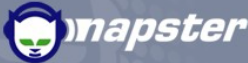
- **Advanced Search System**
: Search every library online for songs - you can specify the minimum ping times, bitrates and frequency. All results are pinged to allow you to find the fastest site. The search is realtime, so the list of available songs you receive is reliable every time. Never again deal with tied up sites. If you cannot access the song, it simply does not show up in the results.
- **Chat System**
: The easy-to-use napster interface allows users to chat with each other in a number of different forums based on music genre.
- **Audio Player**
: Your choice of the internal napster player or an external MP3 player of your choice, making napster the most complete MP3 product on the market.
- **HotList**
: napster's hotlist allows users to keep track of their favorite MP3 libraries. The hotlist notifies users as to when their favourite libraries are online and accessible.
- **Playlist**
: The playlist helps users maintain and manipulate MP3 playlists, so users can pick the order in which they wish to hear songs in their library.
- **Feedback**
: napster contains a built-in form for submitting bugs, suggestions and comments. napster's feedback provides the staff with an immediate way to realize concerns associated with the software.



Copyright 1999 napster Inc.
All rights reserved.
napfeedback@napster.com

(2) napster Inc. «Napster v2.0.» per 23.05.2021. 08.10.1999. <http://napster.com/>,
<https://web.archive.org/web/19991008215720/http://napster.com>

"We have just finished a tour, we played in Barcelona, the next day the entire performance was up on Napster and three weeks later when we got to play in Israel the audience knew the words to all the new songs and it was wonderful..." – Colin Greenwood (Radiohead)
 << [more](#) >>




Home
 Download
 Speak Out
 Discover
 Press Room
 Help

Service Status
 Company
 Policies

Newsletter
 Your Email
 Subscribe

Welcome to Napster


Join the largest, most diverse online community of music lovers in history by downloading and installing Napster. It's fun, simple, free, and available for Windows and the Mac.



News Flash!

Napster's alliance with Bertelsmann has a lot of people talking. Take a look at our answers to some of the most frequently asked questions about the future of Napster as a community and as a business: [Napster/Bertelsmann Q & A](#). You can also read a general statement about the [Napster/Bertelsmann alliance](#).

Featured Music



[Eliza Gilkyson](#)

Singer/Songwriter Eliza Gilkyson hails from a musical family and has produced four albums of thoughtful, introspective folk rock. After escaping Los Angeles for New Mexico, the spiritual life she sought there shines through in her music. The "Hollywood Years" is a worldly retelling of her toil in the trenches of the music business. **Search Napster for "Hollywood Years" by Eliza Gilkyson.**

Recent News

Napster for the Mac is Here!
 The first "official" version of the Napster software for Mac users has arrived! It acts like a Mac, feels like a Mac, and works like Napster. What could be better? It's loaded with cool items like a search history feature, which allows users to keep track of their last ten searches, full drag-and-drop capabilities and new Tool Bar Flavors to match the iMac colors. And you can call on Napster Customer Support if you run into any problems. [Download it now!](#)

Napster is Hiring!
 Would you like to join an exciting company where your work will have far-reaching impact? If so, Napster is [hiring](#).

[home](#) | [download](#) | [speak out](#) | [discover](#) | [press room](#) | [help](#)
 Copyright 2000 Napster Inc. All Rights Reserved

(3) Napster Inc. «Napster.» per 23.05.2021. 03.12.2000. <http://napster.com/> ,
<https://web.archive.org/web/20001203201500/http://www.napster.com:80/>

napster


Home
Download
Press Room
Help

Service Status
Company
Policies

Get the Napster Newsletter

Your Email

Subscribe
more info | privacy


Napster T-Shirts

The Lowdown


As you know, [file sharing](#) at Napster has been suspended for several months. During that time, we've been blown away by the number of Napster users who've continued to download the software and use it to organize and play their music. These dedicated users keep us inspired as we work on our new membership service. We're in the home stretch, with all of our critical technology complete and in testing.

We're also working hard to resolve our [legal](#) issues. We're moving toward a settlement with the major labels that we feel will work for rights holders and allow us to bring you the music you want. The music and the technology are coming together for [launch](#). We can't wait to share it all with you.

[More information...](#)

Napster Preview

[Check out](#) some sneak peeks of the new Napster membership service.



[home](#) | [download](#) | [press room](#) | [help](#)
Copyright 2001 Napster Inc. All Rights Reserved

(4) Napster Inc. «Napster.» per 23.05.2021. 03.12.2001. <http://napster.com/>

<https://web.archive.org/web/20011203204759/http://www.napster.com:80/>

Bibliografi:

(1) IFPI	<i>Statistikk</i> , per 31.05.2021. Strand&Lund, 2021. https://ifpi.no/statistikk/
(2) napster Inc	«Napster v2.0.» per 23.05.2021. 08.10.1999. http://napster.com/ , https://web.archive.org/web/19991008215720/http://napster.com
(3) Napster Inc	«Napster.» per 23.05.2021. 03.12.2000. http://napster.com/ , https://web.archive.org/web/20001203201500/http://www.napster.com:80/
(4) Napster Inc	«Napster.» per 23.05.2021. 03.12.2001. http://napster.com/ https://web.archive.org/web/20011203204759/http://www.napster.com:80/
Alexa Internet	«thepiratebay.org.» per 31.05.2021. https://www.alexa.com/siteinfo/thepiratebay.org
Alphabet Inc	«Form 10-K.» 2021. https://abc.xyz/investor/static/pdf/20210203_alphabet_10K.pdf?cache=b44182d
American Public Media	«thepiratebay.org.» per 31.05.2021. https://www.alexa.com/siteinfo/thepiratebay.org
Arditi, David	«Digital Subscriptions: The Unending Consumption of Music in the Digital Era.», publisert 18.01.2017. 302-318. <i>Popular Music and Society Volume 41 – Issue 3</i> , 2018. https://doi.org/10.1080/03007766.2016.1264101
Arditi, David	«iTunes: Breaking Barriers and Building Walls.» <i>Popular Music and Society</i> , 37:4. 408-424. 2014. DOI: 10.1080/03007766.2013.810849 , 415-418, 422.
Bartsch, Kendall	«The Napster moment: Access and innovation in academic publishing.» <i>Information services & use Vol.37 (3) p.343-348</i> . 2017. https://www.proquest.com/scholarly-journals/napster-moment-access-innovation-academic/docview/1993982957/se-2?accountid=12870 , 344.
Brackett, David	<i>Categorizing Sound : Genre and Twentieth-Century Popular Music</i> . University of California Press, 2016. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1244591&site=ehost-live

-
- Crossley, Nick** *Networks of Sound, Style and Subversion : The Punk and Post-punk Worlds of Manchester, London, Liverpool and Sheffield, 1975–80.* Manchester University Press, 2015.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1131176&site=ehost-live> , 1, 22.
-
- Cummings, Alex Sayf** *Democracy of Sound: Music Piracy and the Remaking of American Copyright in the Twentieth Century.* 2013. Oxford University Press.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=563853&site=ehost-live> , 3-5.
-
- Graham, Gary; Burnes, Bernard; Lewis, Gerard J; Langer, Janet.** «The transformation of the music industry supply chain: A major label perspective.» *International Journal of Operations & Production Management.* 2004. Emerald Group Publishing Limited. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/transformation-music-industry-supply-chain-major/docview/232338436/se-2?accountid=12870> , 1088.
-
- Holman W., Jenkins Jr** «How to Survive Post-Napster.» *Wall Street Journal.* 08.09.2000. Dow Jones & Company Inc, <https://www.proquest.com/newspapers/how-survive-post-napster/docview/308389171/se-2?accountid=12870>
-
- IFPI** «Global Music Market Overview,» per 30.05.2021. 2021. <https://gmr2021.ifpi.org/report>
-
- Lena, Jennifer C** *Banding Together: How Communities Creates Genres In Popular Music.* Princeton: Princeton University Press, 2012.
-
- Lex Fridman** «Gustav Soderstrom: Spotify|Lex Fridman Podcast #29.» 29. juli 2019. Video. <https://www.youtube.com/watch?v=v-9Mpe7NhkM>
-
- Magudda; Tofalvy, Tamas; Barna, Emilia** «Music Scenes as Infrastructures: From Live Venues to Algorithmic Data.» *Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream.* 2020. Palgrave Macmillan.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2464017&site=ehost-live>.
-
- McLeod, Kembrew** «MP3s Are Killing Home Taping: The Rise of Internet Distribution and Its Challenge to the Major Label Music Monopoly1.» 521-531. *Popular Music and Society Vol 28. Iss. 4.* 2005.
-

	https://www.proquest.com/scholarly-journals/mp3s-are-killing-home-taping-rise-internet/docview/208067531/se-2?accountid=12870
MEDIENORG E 2021	«Andel med tilgang til smarttelefon»; <i>SSB 2021</i> , per 30.05.2021. https://medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/388
Moreau, François	«The disruptive nature of digitization: The case of the recorded music industry.» <i>International Journal of Arts Management</i> , 15(2). 2013. Management International. https://www.proquest.com/scholarly-journals/disruptive-nature-digitization-case-recorded/docview/1323008928/se-2?accountid=12870 , 18.
Nordgård, Daniel	«Innovations and Distruptions in the Music Industries.» <i>Music Business Research</i> . 2018. Springer Nature Switzerland AG 2018. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91887-7 , 53, 66, 123, 125.
Pando	"Daniel Ek's "impossible thinking" started at age 13 with a Web development mini-empire.» per 31.05.2021. 08.11. 2012. https://pando.com/2012/11/08/daniel-eks-impossible-thinking-started-at-age-13-with-a-web-development-mini-empire/
Prior 2020; Tofalvy, Tamas; Barna, Emília	<i>Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream</i> . 2020. Palgrave Macmillan. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2464017&site=ehost-live , 101.
Regner, Tobias	«Why consumers pay voluntarily: Evidence from online music.» 205-214. <i>Journal of Behavioral and Experimental Economics Volume 57</i> . 2015.
Rónai; Tofalvy, Tamas; Barna, Emília.	«Frictionless Platforms, Frictionless Music: The Utopia of Streaming in Music Industry Press Narratives.» <i>Popular Music, Technology, and the Changing Media Ecosystem: From Cassettes to Stream</i> . 2020. Palgrave Macmillan. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2464017&site=ehost-live , 101.
Sinnreich, Aram	<i>The Piracy Crusade : How the Music Industry's War on Sharing Destroys Markets and Erodes Civil Liberties</i> . 2013. Amherst: University of Massachusetts Press. http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1186909&site=ehost-live , 46.

Spitz, David; Hunter, Starling D	«Contested Codes: The Social Construction of Napster.» publisert 23.08.2006. <i>The Information Society, An International Journal</i> Volume 21, 2005. https://doi.org/10.1080/01972240490951890 , 169-180.
Spotify	“Soak Up The Sun.” per 01.06.2021. <i>Spotify</i> . https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DX6ALfRKIHn1t?si=0643e055ce664d31
Spotify	«Spotify: A Product Story.» <i>Spotify</i> , per 31.05.2021. https://open.spotify.com/show/3L9tzrt0CthF6hNkxYIeSB?si=sgOjtf6PQGuMfhfyID9qXw
Spotify	«Spotify Reports First Quarter 2021 Earnings.» per 31.05.2021. Publisert 28.04.2021. https://newsroom.spotify.com/2021-04-28/spotify-reports-first-quarter-2021-earnings/
Spotify; Munck Studios	«09 Building the future of audio.» <i>Spotify: A Product Story</i> . 05.05.2021. https://open.spotify.com/episode/4TSF3dCz5BUJmJoDn3d71V?si=b4047c313f6d4939 , https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/05/Episode-9-Transcript.pdf , 15.
Spotify; Munck Studios	«04 Human vs Machine.» <i>Spotify: A Product Story</i> . 31.03.2021. https://open.spotify.com/episode/0T3nb0PcpvqA4o1BbbQWpp?si=af3075fc0dfa4c0b , https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-4-Transcript.pdf , 4, 6-9, 13-14.
Spotify; Munck Studios	«03 This party is going to end.» <i>Spotify: A Product Story</i> . 24.03.2021. https://open.spotify.com/episode/7DIdxmp8lSCyrqoQhbGykf?si=6a009380a9fe4a09 , https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-3-Transcript.pdf , 1, 15-16.
Spotify; Munck Studios	«05 When your winning bet becomes your losing bet.» <i>Spotify: A Product Story</i> . 11.03.2021. https://open.spotify.com/episode/4eVx6z102RcFwPHA5PB06o?si=b48511f579124b33 , https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-5-Transcript.pdf , 3, 7.
Spotify; Munck Studios	«02: How do you charge for nothing?» <i>Spotify: A Product Story</i> . 17.03.2021. https://open.spotify.com/episode/7oB1UYZtOiKqY1Gj3nptG?si=e379cf21fb014ca2 https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-2-Transcript.pdf , 2.
Spotify; Munck Studios	«01: How do you steal from a pirate?» <i>Spotify: A Product Story</i> . 11.03.2021. https://open.spotify.com/episode/1jHRUXkeiUh44CK4KZQb0h?si=hquSjdfPSyKwv2K4

[WPJkQ https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-1-Transcript.pdf](https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Episode-1-Transcript.pdf) , 6, 8.

Spotify; «00: The most epic battle in music history.» *Spotify: A Product Story*. 11.03.2021.

Munck Studios <https://open.spotify.com/episode/5mEUQUycl3Wgx8hfWjCexD?si=5bcf93c4720746e4> ,
<https://storage.googleapis.com/rnd-atspotify/sites/2/2021/04/Prologue-Transcript.pdf> , 2.

Vonderau, “The Spotify Effect: Digital Distribution and Financial Growth.” publisert 21.11.2017.

Patrick *Television & New Media 20, no. 1.* 3-19. 2019.

