

INDHOLDSFORTEGNELSE

INTRODUKTION	2
HYPOTESE	2
ARBEJDSSPØRGSMÅL	3
BRUGEN AF DIGITAL, MOBIL MUSIK	3
MUSIKKENS VÆRDI	5
EJERSKAB	6
HVORDAN TILLÆGGES MUSIK VÆRDI?	7
DISKUSSION	8
KONKLUSION OG PERSPEKTIVERING	10
PERSPEKTIVER	11
KILDELISTE	12
LINKS	12
LITTERATUR	12
TEKSTER	13

INTRODUKTION

Udbredelsen af digital musik har de seneste 10 år gennemgået en rivende udvikling. Fra mp3-formatet for alvor blev tilgængeligt, og udbredt via internettet sidst i 1990'erne, og frem til i dag, er antallet af musikafspillere, der kan håndtere mp3-formatet, og lignende formater, blevet mangedoblet¹. Efter årtusindeskiftet blev det i løbet af få år meget populært at have sin musiksamling med sig på farten, og før end vi vidste af det, var vi omgivet af folk med høretelefoner på og musik i øregangene i det offentlige rum. Specielt iPod'ens store popularitet har været en vigtig faktor i udviklingen omkring brugskulturen af digital musik. En lignende udvikling sås i 1980'erne, hvor Walkman'en også nød stor popularitet. En væsentlig forskel er, at den digitale musik i dag er blevet løsrevet fra det fysiske artefakt, den tidligere var bundet til, f.eks. plade, bånd, CD m.m. Musikken er af denne grund, i endnu højere grad end tidligere, blevet mobil, da den let kan flyttes eller kopieres mellem forskellige enheder og afspillere. Dette har skabt stor frustration blandt pladeselskaber og rettighedsorganisationer indenfor musikbranchen, da det for dem betyder at de må omlægge deres forretningsstruktur for at kunne blive ved med at tjene penge. For forbrugerne har udviklingen betydet en øget tilgang til alverdens musik, som ikke tidligere har været mulig. [Anderson, s. 13] Indtil nu har den mængde af musik, der umiddelbart er til rådighed for forbrugeren i mobile sammenhænge, været begrænset til størrelsen på hukommelsen i musikafspillere, men udviklingen går i dag i retning af mobile musikafspillere med hurtig trådløs adgang til internettet (eksempelvis via WIFI). Dette betyder at fremtidens digitale, mobile musikafspillere vil have adgang til al den musik, der er tilgængelig gennem internettet og andre netværk. Når så store mængder musik er tilgængelig døgnet rundt, vil man, sandsynligvis ikke på samme måde som i dag, eje det enkelte stykke musik. Denne udvikling kan have indflydelse på hvordan musikkens værdi opfattes, da man som forbruger ikke længere nødvendigvis køber og ejer musikken, eller et fysisk artefakt, hvortil musikken er bundet.

HYPOTESE

Digitaliseringen har gjort musik mere tilgængelig, og den ændrede tilgængelighed har også forandret brugerens forhold til musik som kulturelt artefakt.

¹ Med lignende formater menes musikkomprimeringsformater, der ligesom mp3-formatet er "lossy" (dvs. der tabes data). Eksempler herpå: wma, aac, Ogg Vorbis, MusePack m.fl. (kilde: http://www.teqnilogik.com/tutorials/audio_formats.shtml)

Herefter bruges betegnelsen mp3 om alle disse "lossy" digitale musikformater, selv om det teknisk set er misvisende.

ARBEJDSSPØRGSMÅL

Nedenstående spørgsmål har tjent som arbejdsspørgsmål i forbindelse med min argumentation for hypotesen.

- På hvilke måder har designet af mp3'en lagt op til den brugskultur og status formatet har i dag?
- På hvilke måder har kulturen omkring brugen af musik ændret sig pga. mp3-formatet?
- Hvilke værdier kan tillægges mp3-formatet, og hvordan adskiller disse værdier sig fra værdier vi knytter til musik, der bundet til fysiske artefakter?

BRUGEN AF DIGITAL, MOBIL MUSIK

Jeg vil her belyse intentionerne bag designet af mp3-standarden, for herefter at se på hvordan disse intentioner kan spores i kulturen omkring brugen af digital, mobil musik i dag.

Mp3'en er et delprodukt af udviklingsarbejde foretaget af et konsortium for kommunikationsindustrien. Konsortiets arbejde med at lette portabilitet på kryds af platforme, mandede ud i designet af MPEG-standarden, hvoraf lydkomprimering udgør ét af de i alt fem lag. Mp3-formatet blev skabt med det formål for øje, at komprimere digital musik uden hørbare tab. For at opnå dette, tog udviklingsingeniørerne højde for en række psykoakustiske fænomener, der skyldes de naturlige begrænsninger i den menneskelige høreelse. Herved kunne data fra den digitale musik fjernes, uden egentlige hørbare tab, og den komprimerede musik kunne hurtigere overføres via netværk. Mp3'en er derfor gennem sit design, en slags forlængelse af menneskets auditive perceptoriske evner, og i kombination med den øgede portabilitet, gør dette mp3'en let at udveksle, og ideel til brug i afspillere med begrænset lagerplads. [Sterne, s. 828-829]

Mp3-standarden er derfor ikke en standard udviklet til audiofile, da der "mangler noget", men manglerne høres stort set ikke – og slet ikke ved brug i støjende omgivelser, som f.eks. det offentlige rum. Det er derfor primært mp3-formatets komprimerede størrelse, der har betydning for brugerne i dag:

En bruger af en musikafspiller med eksempelvis 4 GB hukommelse vil gennemsnitligt have adgang til omkring 800 sange². Sammenholdt med 1980'ernes walkman, og det faktum at et kassettebånd kan rumme ca. 25 sange, er det tydeligt, at de digitale musikafspillere har nogle klare fordele i forhold til kapacitet³. Yderligere er det relativt let at

² Ved en gennemsnitlig filstørrelse på ca. 5 MB pr. sang, hvilket svarer til en tre og et halvt minut lang sang, der afvikles ved en bitrate på 192 kbps, i 16 bit og 44,1 KHz stereo.

³ Ved et kassettebånd med 90 minutters spilletid, og en gennemsnitlig sanglængde på tre og et halvt minut.

skifte det musikalske indhold på musikafspillerne gennem overførsel af musikfiler via eksempelvis USB, WIFI, eller Bluetooth.

Musikkens tilgængelighed er derfor også stærkt forbedret i forhold til walkman'ens storhedstid i 1980'erne, hvor overførsel af musik oftest krævede et mere omfattende og stationært setup, samt det faktum at overførslen af musik skete i realtid – eller i bedste fald på den halve tid af afspilningstiden, via en teknik kaldet High Speed Dubbing⁴.

Derfor har brugerne i dag adgang til mange hundrede, hvis ikke tusinde, stykker musik på deres digitale musikafspillere, og dette enorme, mobile musikbibliotek giver muligheder, der har ændret kulturen omkring brugen af musik. Al musikken på brugerens digitale musikafspiller, er kun et "klik" væk, og man har derfor meget større kontrol med hvad der skal høres, og hvornår det skal høres:

"Since I was 8 years old I have acquired a CD/LP collection of more than 5000 items over the years. The biggest issue to me has always been what music to take along (on vacation, driving in a car, going out jogging or walking etc.). I made hundreds of compilation tapes (and later CDs), but what I was missing was the flexibility to listen to exactly the right song at the right time. With the 40 GB iPod, I can take most of the music with me that I own, and I can choose at any time, what song to listen to. (Daniel 5)"
[Bull, s. 347]

Ifølge Bull benytter mange iPod-brugere sig af den digitale musik til at ændre opfattelsen af tid og rum, idet musikkens tidslighed tilføjer oplevelsen af eksempelvis offentlig transport, en narrativ struktur, som brugeren selv har kontrol over. På den måde kan brugeren fokusere på sig selv, og opnå kontrol og magt over sine følelser i en medieret tilstedeværelse, der samtidig kan fungere som et skjold overfor sociale relationer og interaktion. [Bull, s. 353-354]

Mængden af den tilgængelige musik bevirker altså, at det i højere grad er muligt at lukke sig inde i en personlig verden, med en narrativ struktur, man som bruger selv er med til at kreere, gennem sit valg af musik. Dette skyldes bl.a. mp3-formatets komprimerede design, der tillader brugeren at have umiddelbar adgang til store mængder musik.

Brugen af walkman kan også fungere som skjold overfor sociale relationer og interaktion, men man har, ikke i samme omfang som i dag, mulighed for selv at tilrettelægge den narrative struktur, og dermed samme følelse af kontrol.

Mp3-formatets design har så at sige ændret kulturen omkring brugen af musik i det offentlige rum, gennem oplevelsen af øget kontrol og struktur, men på bekostning af sociale relationer og interaktion i det offentlige rum.

⁴ Se evt. http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_audio_cassette

I forbindelse med den store kapacitetsforøgelse, som mp3'en bl.a. har medvirket til, har jeg undret mig over følgende udsagn: *"Når man har meget betyder tingene mindre, end når man har lidt"*.

Denne undren førte til overvejelser omkring hvorvidt mængden af musik på digitale musikafspillere medfører et mere overfladisk forhold til musikken, da man ikke nødvendigvis behøver gehøre de samme 25 sange, sådan som det var tilfældet, hvis man kun havde et kassettebånd med i sin walkman. Ifølge flere respondenter fra Bulls undersøgelser, er det musikkens meta-lag af følelser, der kobles til de oplevede situationer. Musikken benyttes derfor ikke bare som et baggrundstapet, men indtager en central plads i den oplevede handling, som dramatiseres gennem musikkens emotionelle indhold og tidslige struktur:

"There are certain playlists that I have put specifically together to fit certain moods (e.g. childhood, melancholy, road trips, party, dinner etc.). A song can transport me to any time and place in my life in a matter of seconds. It plays 'Wake Me Up, Before You Go Go' by Wham! and I am immediately walking down Oxford Street in my mind. It plays 'For a Few Dollars More' by Smokie, and I am back in my room at my parent's home, looking out of my window over the city of Zurich. It plays 'Unbelievable' by EMF, and I am back with my best friends in 'Serfaus' on our annual ski vacation that we used to have during the 90s... (Daniel 5)" [Bull, s. 349]

Denne klassificering af musik i forhold til stemninger og følelser vinder frem, efterhånden som mængden af tilgængelige sange stiger. Tendensen ses også på flere internetradiostationer, som eksempelvis www.musiccovery.com. Dette tyder på at mængden af musik ikke er afgørende musikkens betydning. Nogle sange har selvfølgelig specielle betydninger, pga. deres specifikke sammenhæng med personlige oplevelser, mens andre sange kan klassificeres under et fælles emne, da deres følelsesmæssige meta-lag er det samme. Derfor kan mange sange bruges i samme sammenhæng, hvilket betyder at mængden af sange ikke nødvendigvis mindsker brugerens glæde ved oplevelsen af dem. Sangene relateres bare i højere grad til et meta-lag, end en helt specifik situation.

MUSIKKENS VÆRDI

Følgende afsnit omhandler værdien af at eje musik, og ser også på hvordan mp3-formatet har påvirket forbrugernes opfattelse af musikkens værdi.

EJERSKAB

Musikkens spring fra at være bundet til fysiske artefakter, til at eksistere som digital, ubunden information, har påvirket vores opfattelse af musikkens værdi. Mp3-formatets portabilitet betyder, som tidligere nævnt, at musikken let kan flyttes og kopieres mellem enheder og musikafspillere. Den lette kopiering af mp3-filer har bevirket at brugerne ofte ikke opfatter kopieringen som decideret tyveri – ”det er jo ikke det samme, som at gå ned i en butik og stjæle noget, da der ikke er nogen, der mister noget rent fysisk” synes at være den udbredte holdning blandt mange. Dette skyldes ifølge Styvén, at musik pga. digitaliseringen har antaget en *abstrakt form*, da den ikke kan kobles til et fysisk artefakt. Det betyder at musikken, i forbrugernes øjne, ikke er lige så meget værd, som musik der er bundet til fysiske artefakter, da der jo er tale om en kopi, samt det faktum at forbrugerne er klar over at mp3-filer er komprimerede, og dermed ”ikke lige så gode” som eksempelvis Cd’er. [Styvén, s. 56-58]

Denne holdning har fået pladebranchen til at reagere voldsomt, og proklamere at ”piratkopiering dræber musikken”. En lignende reaktion fra musikbranchen sås først i 1980’erne, da pladeslaget faldt omkring 20 % i Europa. På det tidspunkt udråbtes kassettebåndet til syndebuk, men undersøgelser har siden vist at situationen var mere kompleks end som så, og at det faldende pladesalg også kunne tilskrives faktorer som lavkonjunktur, arbejdsløshed, mindre årgange, konkurrence fra andre fritidsaktiviteter, manglende talentudvikling indenfor musikbranchen m.m. [Freedman, s. 174-175] De barske udmeldinger fra musikbranchen skyldes ifølge både Freedman og Styvén, at musikbranchens evne til at tilpasse sig situationen og udnytte nye muligheder, ofte ikke står mål med dens intentioner om forventede salgstal. [Freedman, s. 174-175 og Styvén s. 53-54]

Musikbranchens forsøg på at bekæmpe piratkopiering har indtil nu primært været baseret på Digital Rights Management (DRM), i kombination med skræmmekampagner, hvor såkaldte musikpirater sagsøges for astronomiske millionbeløb. Begrebet DRM dækker over en række teknologier, der muliggør begrænsninger af brugen af eksempelvis digitale musikfiler. Men teknologierne begrænser brugerne af musikken i så udstrakt grad, at mange brugere vælger piratkopieret musik, frem for musik beskyttet med DRM – hvilket ikke var hensigten. Flere online musikbutikker reklamerer desuden med DRM-frie downloads, og iTunes sælger f.eks. DRM-fri musik til højere priser end DRM-beskyttet musik. Friheden til frit at kunne disponere over sin musik er altså mere værd, end sikkerheden for at den ikke bliver kopieret. Forsøget på at øge folk interesse for ejerskab, sender dermed nogle blandede signaler, da den musik, der svarer til musikken der kan hentes via ulovlige tjenester eller kopieres fra venner og bekendte, står i højere kurs end musik, der er ophavsretsligt beskyttet mod kopiering. Mp3’ens egner sig altså, på grund af sit design, utrolig godt til den illegale fildeling, som den har dannet grundlag for. [Sterne, s. 829]

Samtidig udvides den nyeste generation af musikafspillere med adgang til trådløse netværk, hvilket mindsker behovet for at opbevare musikken lokalt, da alverdens musik nu kan streames ”on demand”. Denne udvikling tvinger yderligere musikbranchen til at revidere deres forretningsområde, og rejser samtidig et interessant perspektiv

omkring ejerskab af musik, da brugerne ved benyttelse af netværkstjenester muligvis slet ikke vil have behov for at opbevare musik på deres afspiller, og derfor måske i endnu mindre grad end nu, vil nære behov for ejerskab af musik. Musikken bliver herved ikke noget "man har", men noget "man har adgang til". Mange pladeselskaber barsler med løsninger, hvor brugerne abonnerer på retten til at høre selskabets musik, eller musik fra en sammenslåning af forskellige selskaber⁵. Hvis tendensen med mindsket ansvarsfølelse, som opstod på baggrund af mp3'en, fortsætter, betyder det, at brugerne ikke tillægger musik i digital og ubunden form, samme værdi som musik, der er bundet til et fysisk artefakt.

HVORDAN TILLÆGGES MUSIK VÆRDI?

Brugerens opfattelse af musikkens værdi afhænger altså bl.a. af om musikken er bundet til et fysisk artefakt. Det fysiske artefakts kvalitet kan bedømmes vha. både følesans, synssans, lugtesans og hørelse, og kan derfor lettere umiddelbart vurderes, sammenlignet med ubunden musik i digital form. Mange brugere er vant til denne tankegang, og vil sikkert foretrække at kunne konsumere deres musik delvist gennem det artefakt, hvortil musikken er bundet. Styvén mener at denne opfattelse af musik vil mindskes, eftersom vi vænner os til tanken om at opfatte musik mere som en serviceydelse, end som noget man skal købe og eje. [Styvén, s. 54-55]

I tidernes morgen var musikken oplevelsesbaseret, og dermed ikke noget man kunne eje, medmindre man selv var komponist. Med muligheden for at notere musik, opstod muligheden for at eje en fysisk repræsentation af et stykke musik. Men først i 1920'erne, hvor grammofonpladerne for alvor slog igennem, var det muligt for forbrugerne at eje et eksemplar af musik, som til enhver tid kunne opleves. Fra 1920'erne og frem til 1990'erne har vi været vant til at optaget musik var bundet til et fysisk artefakt. [Hughes & Lang, s. 180-181]

Ifølge Styvén vil vi over tid vænne os til tanken om at musik ikke nødvendigvis er bundet til et artefakt, og alligevel kan have en værdi, men det vil kræve en anderledes tilgang fra pladebranchen, end den nuværende. [Styvén, s. 53-55]

Musikkens værdi kan derfor i fremtiden ikke baseres på det faktum, at man ejer den, da den sandsynligvis bliver streamet. Derfor skal musikkens værdi nærmere baseres på de kvaliteter, der er forbundet med at abonnere på en serviceydelse fra et *brand*, så som; stabilitet, hastighed, troværdighed, udbud og sikkerhed. [Francesco & Martin-Barbero, s. 68] Musikkens værdi vil herved ikke længere afspejles gennem det fysiske artefakt, hvortil musikken er bundet, men i stedet kunne afledes fra de værdier, der knyttes til virksomheden bag servicen.

⁵ Kilde: <http://www.mymusic.dk/redaktion/artikel.asp?id=2649>

Her omtales "Total Music", som er Sony-BMG, Universal, Warner og EMIs forsøg på at finde sammen om en abonnementsordning allerede i år.

Musikkens værdi kan også anskues på andre måder. Man kan f.eks. tage en Marxistisk tilgang til mp3-formatets værdi, og kigge på henholdsvis markedsværdien og den opfattede værdi ("affektionsværdien"):

Pga. mp3-formatets store tilgængelighed er markedsværdien faldet, og den opfattede værdi af mp3-formatet baseres af mange brugere primært på dets praktiske kvaliteter; brugerne er klar over at formatet er en kopi, og at kvaliteten er dårligere end f.eks. CD, alligevel benytter de sig af formatet, da det er meget portabelt og let tilgængeligt.

Opfattelsen af musikkens værdi kan også klassificeres på baggrund af Meyrowitz' "Tre Paradigmer i Medieforskningen": [Meyrowitz, s. 58-66]

Mediet som kanal

Brugeren bemærker ikke selve mediet, men kun musikken. Det betyder altså ikke noget om musikken er bundet til et fysisk artefakt, eller ej. Musikken er den samme, uanset om den høres afspillet fra bånd, grammofon, CD, eller streamet "on demand" m.m. Brugere af denne opfattelse er ikke nødvendigvis tekniske ignoranter, men deres opfattelse af musikkens værdi er ikke baseret på materialitet, eller de praktiske aspekter, der knytter sig til afviklingen og opbevaringen af musikken.

Mediet som sprog

Værdien af musikken tillægges her primært mediets kvaliteter. Her kan man forstille sig forbrugere, som kender de forskellige mediers fordele og ulemper, og derfor foretrækker nogle medier, frem for nogle andre i specifikke sammenhænge. Mange brugere måske foretrække at lytte til CD hjemme, mp3-filer i det offentlige rum, og en brændt kopi af deres CD, som de tager med til fest.

Mediet som miljø

Værdien af musikken ligger her i det enkelte medies unikke kvaliteter, og derfor sværger brugere i denne kategori oftest til ét medie, som f.eks. grammofonplader pga. deres unikke, taktile kvaliteter, store billeder og specielle lyd. Hvis en bruger sværger til mp3-formatet frem for andre musikmedier, vil argumenterne herfor primært være formatets overlegne portabilitet, store tilgængelighed, og udmærkede lyd kvalitet.

DISKUSSION

Ønsket om portabilitet på tværs af platforme affødte mp3-formatet, og formatet blev hurtigt populært, også udenfor telekommunikationsbranchen, hvor formatet blev undfanget. I dag er formatet så udbredt at mange referer til deres musiksamling, som deres mp3-samling - hvilket indikerer en vis indflydelse på musikkulturen. Yderligere har mp3-

formatets store portabilitet øget muligheden for fildeling gennem netværk, hvilket har afstedkommet en masse kopier. Den øgede mængde af musik har ændret vores opfattelse af henholdsvis ejerskab og værdien af musik, da digitale kopier ikke er unikke på samme måde som musik bundet til fysiske artefakter. Alligevel ønsker vi stadig unikke produkter, men har fået øjnene op for de åbenlyse fordele, der er i forbindelse med at have musikken tilgængelig i digital, løsrevet form – hvilket vi har erfaret gennem mp3-formatet.

Jeg vil her gerne diskutere om det overhovedet er ønskværdigt at forsøge at opnå en tilstand, hvor kun ét musikalsk medium eksisterer, sådan som pladebranchen helst så det.

Mp3-formatet har banet vejen for en ny musikkultur. Vi har i dag basalt set to typer musikalske produkter, som har hver deres kvaliteter, og ingen af de to typer produkter, besidder hinandens unikke kvaliteter. Men udelukker brugen af den ene den anden? Er det muligt at opnå en form for synergieffekt, ved at holde fast i en fysisk- og en digital informations-model?

På baggrund af Meyrowitz' betragtning af "Mediet som sprog" har jeg på side 8 beskrevet hvordan de forskellige musikmediers *grammatiske variable* kan medvirke til udnyttelse af det mest passende medie i en specifik kontekst. Dette giver brugerne af musikken nogle valg, som ikke tidligere har været mulige.

Jeg vil gerne drage en parallel til en lignende situation i en anden branche. For det er ikke kun musik, der er blevet til digital information. Dette er også sket for eksempelvis det skrevne ord, film m.m. Eksempelvis har avisbranchen oplevet en lignende stagnation i forbindelse med digitaliseringen af det trykte ord. Mange aviserne frygtede branchens død, da salgstallene faldt. Men udviklingen har sidenhen vist, at forbrugerne ikke har valgt den digitale avis frem for den trykte udgave. Derimod har der været et behov for begge, da de hver har nogle unikke kvaliteter, som den anden ikke besidder. De virksomheder, der har formået at udnytte begge mediers potentialer, har været i stand til at klare sig bedst. Den trykte udgave af avisen har, ligesom musik der er bundet til et fysisk artefakt, nogle umiddelbare taktile kvaliteter, vi som mennesker sætter pris på. Hvorimod en netavis har fordelene af konstant opdatering, mobil tilgængelighed og udvidede interaktionsmuligheder, der strækker sig langt ud over mulighederne for eksempelvis læserbreve i den trykte avis. Derfor vil den digitale musikkulturs fremtid ikke, som tidligere, primært være baseret på ét medie, men snarere en vifte af medier, da deres specifikke potentialer kan udnyttes – både af brugerne og af branchen, der leverer indholdet. Og det er netop denne markedsdiversifikation pladebranchen, ifølge både Freedman og Styvén, skal have øjnene op for, for fortsat at kunne drive forretning⁶.

⁶ Markedsdiversifikationen er blevet døbt "360° modellen", da pladeselskaberne nu skal forsøge sig på markedsområder som booking, management, merchandisesalg m.m., hvilket hidtil har været forbundet med koncertvirksomhed.

Årene efter år 2000 har i udstrakt grad båret præg af den digitaliserede informations interaktionspotentiale. Internettet er i de seneste år blevet omtalt som Web 2.0, idet der henvises til at internettet i dag, i langt højere grad, baseres på brugergenereret indhold end tidligere. Dette ses også indenfor musikkulturen, hvor "Den lange hale" har bevirket, at forbrugerne pludselig har adgang til en masse musik, der ikke tidligere kunne tilgås med samme lethed⁷. Dette har bl.a. affødt en remixkultur, som også bevidner mp3-formatets indflydelse på den musikalske udvikling. Der er her tale om en mere "aktiv" brug af den digitale musik, på linje med anden aktiv mediebrug, så som kreation af videoklip til eksempelvis www.youtube.com, og netjournalistik på eksempelvis www.flix.dk. Alt sammen en konsekvens af den digitaliserede informations tilgængelighed.

Jeg ønsker også her at diskutere mit argument om at mp3-formatets design har ændret kulturen omkring brugen af musik i det offentlige rum, gennem oplevelsen af øget kontrol og struktur, men på bekostning af sociale relationer og interaktion i det offentlige rum. (jf. side 4)

Med udsagnet mener jeg ikke at mp3-formatet har medvirket til at mindske hverken de sociale relationer, eller interaktionen i det offentlige rum. Hvis ikke brugen af mobile, digitale musikafspillere var så udstrakt i det offentlige rum, ville folk skærme sig ved hjælp af andre objekter, så som aviser, telefoner m.m. Dette omtaler Goffman også i sin beskrivelse af "Unfocused Interaction", hvor aviser, magasiner og blade beskrives som *emergency supplies* i forbindelse med uønsket interaktion. [Goffman, s. 51-52]

KONKLUSION OG PERSPEKTIVERING

Gennem denne opgave har jeg undersøgt hvordan digitaliseringen har gjort musik mere tilgængelig, og samtidig forandret brugerens forhold til musik som kulturelt artefakt. Musikken er ikke længere nødvendigvis bundet til et fysisk artefakt, hvilket primært er et problem for musikbranchen, da forbrugere af musik som digitaliseret information, har opdaget nogle klare fordele, sammenlignet med musik bundet til fysiske artefakter. Brugere har indset, at den digitale musikkultur åbner op for nye muligheder. Eksempelvis brugen af musik under transport gennem det offentlige rum, som kan æstetisere oplevelsen og skabe en narrativ struktur, man som bruger selv har kontrol over. Ønsket om kontrol og indflydelse kan også spores i den mere aktive brug af musik, hvor den øgede tilgængelighed af musik har medført en musikalsk remixkultur, hvor der lånes fra andre musikkulturer, i et omfang, der ikke tidligere har været muligt.

⁷ Termen "The Long Tail" stammer fra bogen af samme navn, forfattet af Chris Anderson. Termen refererer til internetbutikkers evne til at omsætte for mindst lige så meget via niche-produkter, som gennem de mest populære varer. Dvs. den samlede værdi af de mange varer, der kun sælges i et par eksemplarer, overstiger værdien af de få varer, der sælges millioner af. [Anderson, s. 36-37]

Musikkens øgede tilgængelighed har også haft indflydelse på opfattelsen af musikkens værdi, da musik ikke længere udelukkende er knyttet til fysiske artefakter, som vi gennem mange år har været vant til at værdisætte. Da musikken er blevet til digital information, er den måde hvorpå vi tidligere kunne vurdere musikkens kvalitet forsvundet og erstattet af nye værdinormer. Disse værdinormer sammenligner vi stadig direkte med tidligere tiders fysiske kvaliteter, men det er som at sammenligne æbler og pærer, da kvaliteten af musik i form af digital information, skal vurderes og værdisættes på baggrund af nogle andre parametre. Disse parametre kunne være tilgængelighed, portabilitet og lyd kvalitet, da det umiddelbart synes at være den digitale musiks største forcer. Mp3'en kan betragtes som første generation af digital, løstrevet lyd. Fremtidige formater vil ikke have samme auditive kompromisser som mp3'en, da disse er et produkt af at mp3'er er et "lossy" musikkomprimeringsformat.

PERSPEKTIVER

Som nævnt i en fodnote i indledningen har jeg i denne opgave brugt termen mp3, som et dække over alle "lossy" musikkomprimeringsformater. Udviklingen går, som tidligere nævnt, i retning af musikafspillere med netværksadgang, og efterhånden som denne netværksadgang bliver hurtigere, vil behovet for "lossy" komprimeringsformater som mp3 formindskes, da det er muligt at streame musik af højere teknisk kvalitet. Denne udvikling vil med tiden sandsynligvis udviske argumentet mod mp3'en og deslige formater, da digitale, mobile kopier af musik i løbet af nogle år ikke behøver at være "dårligere" end originalen.

Der er desuden en stigende tendens til benyttelse af aktive, støj dæmpende hovedtelefoner i forbindelse med mobile musikafspillere⁸. Når støjen fra omgivelserne minimeres, vil lyden fra mp3'en være tydeligere, hvilket kan lede til en større opmærksomhed omkring de elementer der "mangler" i musikken, og dermed føre til ønsker om musik, der ikke er "lossy".

Sådanne teknikaliteter ændrer ikke ved at digitaliseringen af musik har gjort musikken tilgængelig i en grad vi ikke tidligere har oplevet – og denne tilgængelighed har forandret vores forhold til musik som kulturelt artefakt.

Dato: _____ Underskrift: _____

⁸ Et eksempel herpå er Philips' bærbare hovedtelefoner med aktiv støjreduktion, der ifølge producenten kan eliminere 75 % af den oplevede baggrundsstøj. Kilde: http://www.consumer.philips.com/consumer/da/dk/consumer/cc/ productid_SHN5500_00_DK_CONSUMER/SHN5500-00

KILDELISTE

LINKS

- [01] **Teqnilogic**
http://www.teqnilogik.com/tutorials/audio_formats.shtml
(link besøgt 26.12.2007)
- [02] **Wikipedia**
<http://www.wikipedia.org/>
(link besøgt 29.12.2007)
- [03] **Mymusic.dk**
<http://www.mymusic.dk/>
(link besøgt 10.12.2007)
- [04] **Musicoverly**
www.musicoverly.com
(link besøgt 12.12.2007)
- [05] **YouTube**
www.youtube.com
(link besøgt 12.12.2007)
- [06] **Netflix**
www.netflix.dk
(link besøgt 21.12.2007)
- [07] **Philips**
www.philips.com
(link besøgt 30.12.2007)

LITTERATUR

- [08] **Anderson, Chris**
“The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More”
Hyperion, 2006
ISBN: 978-1401302375
Uddrag: s. 11-38 og s. 67-73

TEKSTER

- [09] **Sterne, Jonathan**
"MP3 as cultural artefact"
SAGE publications, 2006
- [10] **Bull, Michael**
"No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening"
Leisure Studies, Vol. 24, No. 4, oktober 2005
Uddrag: side 343-355
- [11] **Styvén, Maria**
"The Intangibility of Music in the Internet Age"
Popular Music and Society, February 2007
Uddrag: side 53-74
- [12] **Freedman, Des**
"Managing Pirate Culture: Corporate Response to Peer-To-Peer Networking"
The International Journal on Media Management (JMM), Vol. 5, No. 3, 2003
Uddrag: side 173-179
- [13] **Hughes, Jerald & Lang, Karl Reiner**
"If I Had a Song: The Culture of Digital Community Networks and its Impact on the Music Industry"
The International Journal on Media Management (JMM), Vol. 5, No. 3, 2003
Uddrag: Side 180–189
- [14] **Sandulli, Francesco D. & Martin-Barbero, Samuel**
"68 Cents per Song"
The International Journal of Research into New Media Technologies, 2007
Sage Publications, London
Thousand Oaks & New Delhi, Vol 13(1)
Uddrag: side 63–78
- [15] **Meyrowitz, Joshua**
"Tre paradigmer I medieforskningen"
Mediekultur, nr. 26, 1997
- [16] **Goffman, Erving**
"Behavior in Public Places; Notes on the Social Organization of Gatherings, Part Two; Unfocused Interaction"
Free Press of Glencoe, New York, 1966