

Procesrapport for FoU-projektet 'Opdagelse og formidling af musik på playlister'

Rasmus Rex Pedersen

Baggrund

Denne procesrapport er udarbejdet som en foreløbig afrapportering af forskningsprojektet Opdagelse og formidling af musik på playlister. Denne form for afrapportering er aftalt da jeg fratrådte min stilling på RMC inden projektet var afsluttet.

Projektets overordnede ide og formål er at bidrage med viden om sammenhængen mellem playlisters øgede betydning for danske musikeres vilkår. Dette vil ske med afsæt i en udvikling af en typologi for playlister, samt en analyse af hvordan forskellige typer af playlister understøtter forskellige typer af musiklytning. Dette vil blive brugt som fundament for en afsluttende analyse af konsekvenserne af forandrede måder at udforske og forbrug af musik på streamingtjenester. Til at undersøge dette, benytter projektet kvalitative interviews med brancheaktører, som analyseres i dialog med akademisk litteratur inden for kulturøkonomi, medievidenskab og musikbranchestudier.

Produkter

I forbindelse med projektet var aftalt to produkter: en akademisk artikel som beskrevet ovenfor, samt en formidlingsartikel i et dansk fagblad.

Formidlingsartiklen "Fra radio til playlister" blev publiceret i DJBFAs blad *Magasinet K* i oktober 2017, og kan findes på web: <http://ipaper.ipapercms.dk/DJBFA/MagasinetK/2017/02/?page=18>

Da projektet ikke er afsluttet ved min fratrædelse, er det aftalt at jeg arbejder videre med problemstillingen med henblik på at publicere en akademisk artikel i min nye stilling som adjunkt ved Roskilde Universitet, og at denne artikel fremsendes til FoU-enheden på RMC når den er

publiceret. Overgangen til ny stilling har imidlertid skubbet tidsplanen således at dette først forventes afsluttet i sommeren 2018.

Proces

Arbejdet med projektet har været planlagt i tre faser: 1) Litterature review, 2) indsamling af empirisk materiale og 3) analyse og skrivning af akademisk artikel.

Litterature review blev gennemført som første fase, og har ført til den foreløbige litteraturliste, som er vedlagt som bilag.

Indsamlingen af empirisk materiale er anden fase, og denne er delvist gennemført ved min fratrædelse. Jeg har således gennemført kvalitative interviews med tre repræsentanter for danske pladeselskaber, samt én repræsentant for en digital distributør. Undervejs i arbejdet er det blevet klart at dette perspektiv med fordel kan suppleres med interviews med specialiserede virksomheder der arbejder med at tilvejebringe og analysere data for musikbranchens aktører, og jeg har således etableret kontakt med en repræsentant for en dansk baseret virksomhed som arbejder med dette for internationale musikselskaber med henblik på at gennemføre interviews i starten af 2018.

Foreløbig litteraturliste

- Baym, N. K. (2013). Data not seen: The uses and shortcomings of social media metrics. *First Monday*, 18(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v18i10.4873>
- Bertin-Mahieux, T., Ellis, D. P. W., Whitman, B., & Lamere, P. (2011). The Million Song Dataset. *ISMIR*, 2(9).
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. Norton & Company.
- van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance and Society*, 12(2), 197–208.
- McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, platform, crowd : harnessing our digital future*. New York: Norton & Company.
- Morris, J. W. (2015). Curation by code: Infomediaries and the data mining of taste. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 446–463. <https://doi.org/10.1177/1367549415577387>
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. London: Penguin Books.
- Parry, G., Vendrell-Herrero, F., & Bustinza, O. F. (2014). Using Data in Decision-Making: Analysis from the Music Industry. *Strategic Change*, 23(3–4), 265–277.
- Prey, R. (2016). Musica Analytica: The Datafication of Listening Robert Prey University of Groningen, Netherlands. In R. Nowak & A. Whelan (Eds.), *Networked Music Cultures* (pp. 31–48). Palgrave Macmillan.
- Prey, R. (2017). Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms. *Media, Culture & Society*, 16344371774514. <https://doi.org/10.1177/0163443717745147>
- Smith, M. D., & Telang, R. (2016). *Streaming, sharing, stealing big data and the future of entertainment*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Tschmuck, P. (2017). *The Economics of Music*. Newcastle Upon Tyne: Agenda Publishing.

Webster, J. G. (2014). *The Marketplace of Attention: How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Wikström, P., & DeFillippi, R. (2016). *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. Edward Elgar Publishing.

Wikström, P. (2009). *The Music Industry: Music in the Cloud*. Cambridge: Polity Press.