

# Ständigt slölyssnande

## Om digitaliseringens påverkan på musikkonsumtionen

*JOHAN HAGBERG är docent i företagsekonomi och lektor i marknadsföring på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. I sin doktorsavhandling studerade han framväxten av e-handel i svensk detaljhandel. I pågående forskningsprojekt studerar han konsumentlogistik och digitalisering av handel och konsumtion.*

*HANS KJELLBERG är professor i företagsekonomi vid Handelshögskolan i Stockholm och forskar om ekonomisk organisering och dess resultat, särskilt marknader. Två aktuella forskningsprojekt berör digitalisering av handel och konsumtion, samt prissättning och värdering av klinikläkemedel.*



Musikens roll i konsumtionskulturen är väl beskriven: musik används för att markera subkulturell tillhörighet (Thornton 1995), påverkar mode och andra konsumtionsyttringar (Davis 2006) och utgör ett viktigt inslag i personliga identitetsprojekt (Hesmondhalgh 2008; Larsen m.fl. 2010). Musik är också ett område där digitaliseringen har pågått länge och är omfattande. Digitala format som CD-skivor, Mp3-filer och streaming har erbjudit nya sätt att tillgå, lyssna på och prata om musik allt sedan 1980-talet. Förutom att förändra musikens materialitet (Magaudda 2011) har digitaliseringen utmanat dess kommersiella logik genom att underlätta illegal delning (Fairchild 2008).

Vad har då digitaliseringen inneburit för musikkonsumtionen? Som del i ett forskningsprogram kring konsumtionens digitalisering har vi genomfört intervjuer med femton musikkonsumenter i åldrarna 15 till 51 år.<sup>1</sup> Syftet har inte varit att statistiskt representera dagens musikkonsumtion utan att generera empiriskt grundade idéer om hur digitaliseringen påverkar musikkonsumtionen. De intervjuade fick beskriva och reflektera kring sin musikkonsumtion, samt hur denna förändrats genom olika teknikskiften de varit med om.

Studien antar ett performativt praktikperspektiv på sociala och ekonomiska processer (Latour 1996; Czarniawska 2004), vilket också betonar betydelsen av det materiella i social och ekonomisk organisering, t.ex. i form av olika "devices" (Callon m.fl. 2007). Vi fokuserar på de konsumtionsituationer som de intervjuade beskriver och hur dessa är organiserade, liksom vilka element som deltar i konsumtionsituationerna, vilken agens de har, samt hur de i praktiken binds samman i dessa situa-

tioner. I artikeln diskuteras tre teman som antyder att digitaliseringen påverkar såväl vad, när, var, hur som varför musik konsumeras.

#### ALLTID OCH ÖVERALLT – DIGITALISERINGENS ÖVERGRIPANDE EFFEKT

De flesta intervjuade betonade att musik är en viktig del av deras liv och att de lyssnar "nästan jämt" eller "alltid". Uppskattningar om antalet timmar varierar från några per dag till mer eller mindre ständigt lyssnande. En beskrev till och med hur hen sov till musik. Vårt material stödjer därför tesen att musiken blir alltmer närvarande i våra liv (Oakes m.fl. 2014). Som en deltagare uttryckte det:

...ja, från att man kliver upp på morgonen tills att man går och lägger sig... Sedan är det Spotify... Ja, tåget och hemma och på jobbet och liksom... Nä, det är överallt, så är det ju. (IP2)

Ett återkommande tema är att ökad tillgänglighet via digitalisering har inneburit ökad konsumtion. För de lite äldre kan mönstret skönjas redan vid skiftet till CD och förstärks sedan med Mp3-filer och streaming. Den centrala faktorn som lyftes fram är den gradvis ökande mobiliteten. Även om vissa påpekade att analog musik i princip också var mobil (portabla vinylspelare, freestyle och batteridrivna bergsprängare), så betonade de att digitaliseringen i praktiken har underlättat att lyssna till musik i allt fler situationer.

Detta blir särskilt tydligt i beskrivningar av situationer där de lyssnar på musik idag. Ett gemensamt drag hos de totalt 88 olika situationer som vi identifierat är att de i väldigt liten grad kretsar kring musiklyssnande som en exklusiv aktivitet. Endast två personer beskrev att de

regelbundet lyssnar till musik utan att samtidigt ägna sig åt något annat. Intressant nog var det också dessa två som inte streamade musik i någon större utsträckning.

Det vanliga mönstret är istället att musik konsumeras i samband med andra aktiviteter. De intervjuade beskrev snarlika situationer och genom att sortera och aggregera dessa har vi identifierat sju aktiviteter som av olika skäl kombineras med musiklyssnande (utan inbördes rangordning): 1) hushållssysslor; 2) transport till fots eller per cykel; 3) pendling med kollektiva transportmedel; 4) bilkörning; 5) umgänge med vänner; 6) motion och 7) arbete. Även om det knappast är nytt att lyssna till musik i dessa situationer, så ger vårt material fog för tesen att digitaliseringen har stärkt sammankopplingen. I vissa fall betonade de intervjuade specifikt att de kunde välja att ha det tyst i dessa situationer, men att det var relativt ovanligt.

Det sammantagna intrycket är därför att digitaliseringen har lett till ökad musikkonsumtion; musik är idag mer eller mindre ständigt närvarande i de intervjuade konsumenternas liv. I de följande två avsnitten kommer vi att närmare granska några ytterligare förändringar som kan kopplas till detta övergripande mönster av ökad tillgänglighet och konsumtion, nämligen förändringar i *hur* musik konsumeras och *vad* som då konsumeras, samt förändringar i *musikkonsumtionens sociala dimension*.

#### UTAN FOKUS I EN SALIG BLANDNING – DIGITALISERINGENS EFFEKTER PÅ HUR OCH VAD SOM KONSUMERAS

Samtidigt som de intervjuade menar att Mp3-filer och streaming inneburit ökad

konsumtion genom ökad tillgänglighet och anpassningsbarhet, verkar detta delvis ha gått ut över konsumtionskvaliteten. Några reflekterade uttryckligen kring detta, t.ex. i termer av att de ”lyssnar sämre nuförtiden”. I materialet framkommer tre skäl till denna utveckling:

*Sämre ljudkvalitet.* I flera lyssningssituationer finns konkurrerande ljud (trafikljud, sorl från andra människor, annan musik etc.) samtidigt som den mobila musiktrustningen inte alltid återger musiken på ett bra sätt.

Ibland om jag sitter i bilen och det dyker upp en låt i skallen [...] då har jag slagit på Spotify och suttit som en idiot med mobilen mot örat och kört bara för att jag *måste* höra den låten. Totalt värdelöst ljud, så klart, men du får lyssna på den i alla fall... (IP6)

Även om t.ex. hörlurarnas kvalitet spelar roll, så handlar det oftare om passform än om ljudkvalitet. I andra fall innebär konsumtionssituationen att musiken inte ges fullt spelrum, t.ex. när någon väljer att lyssna i ett öra för att bibehålla uppmärksamheten i trafiken. I samtliga fall blir resultatet en försämrad ljudåtergivning.

*Ökad tillgång.* Streaming innebär att utbytesobjektet inte längre är en specifik skiva eller fil utan en tjänst som ger tillgång till snart sagt all musik, var och när som helst (Fleischer 2015). Detta möjliggör ständig variation i konsumtionen, något som också de intervjuade ger uttryck för. Gillar de inte en låt eller artist, eller har tröttnat, så finns det alltid alternativ. Förutom att streaming ger möjlighet att hitta musik som passar situation och sinnesstämning, blir konsumtionen inte bunden till vissa skivor eller filer. Detta verkar innebära att musiken inte blir föremål för samma ”investering” som när den ingick i ett mer begränsat bibliotek.

Om jag hittar en ny artist nu, då sitter jag och klickar på varenda låt för sig, för jag kan inte lyssna igenom hela låten. Förut gjorde jag det, men det blir liksom: lyssna på början, kolla mitten och slutet. Nej, nästa låt. Så där. (IP5)

*Mer ytligt lyssnande.* En tredje, relaterad förklaring är att kombinationen av musik och annan aktivitet gör att musiken inte får samma uppmärksamhet. Musiken blir en fond, snarare än något som är i fokus. Att lyssna in sig på musik trängs undan av sådant som ger snabb tillfredsställelse eller förmår störa ut omgivningen, även om vissa beskrev sig som både selektiva och noggranna. Som vi påpekade tidigare finns det också undantag från trenden mot ytligt lyssnande. Dessa är intressanta eftersom de inte är kopplade till streaming och eftersom de också antyder en avvägning mellan kvantitet och kvalitet:

Det finns så många nyanser och perspektiv på en låt, va... så som jag lyssnade på vissa låtar när jag var 15... jag hör ju nåt helt annat i dom nu. Det kan ha gått ett år bara och jag hör nåt annat. Sen jag började tänka så, har det inte blivit lika viktigt att skaffa nytt hela tiden. (IP14)

De intervjuades berättelser antyder även att digitaliseringen gradvis har förskjutit konsumtionen från artister och album till enstaka låtar. Vissa kopplade ihop detta med ett ökat fokus på hitlåtar från skivbranschens sida. Några sa att de enbart lyssnar på enstaka låtar (som spelas om och om igen och sedan byts ut), medan flertalet berättade hur de kombinerar låtar på nya sätt. Fokus hamnar därmed på digitala musikbibliotek och urval ur dessa (under Mp3-eran) och på olika spellistor (med streaming).

Logikerna för hur spellistor sätts ihop varierar. Vissa använder en lista där de då och då lägger till nya favoritlåtar. Andra har ett stort antal listor organiserade efter artist (”Håkan”), album (”Klap-

par och slag”), tidsperiod (”80-tal”), stil (”House”), sinnesstämning (”Lugna listan”) eller specifika händelser (”Yeah33”). Ett tydligt mönster är också att de egenkomponerade listorna anpassas för specifika situationer, ofta med namn som antyder användningen, t.ex. ”Partylistan”, ”Springa”, ”Sovlistan” och ”Taggalistan”. Det ökade antalet situationer påverkar därmed vilken musik som konsumeras. All musik passar t.ex. inte att träna till och de egna listorna möjliggör då ett mer skraddarsytt lyssnande.

Spellistornas personliga musikurval är förstas inte något nytt fenomen. Tvärtom betonade de som upplevt flera tekniksifften en betydande kontinuitet från blandband, via hembrända CD-skivor och personliga Mp3-bibliotek till dagens Spotifylistor. Omvänt menade flera att de har fortsatt lyssna på album även via Mp3-spelare och Spotify, men då i form av låtbanker och spellistor baserade på det aktuella albumet. Dagens spellistor är inte alltid skapade på egen hand, även om de flesta hade egenkomponerade listor. Flera delade listor med vänner och familj och prenumererade på listor producerade av radiokanaler, skivbolag och Spotify. Digitaliseringen kan därför innebära att kontrollen över musikurvalet koncentreras. En annan utveckling är skapandet av gemensamma listor. Även om det varit möjligt att gemensamt skapa blandband och CD-skivor så har den fortsatta digitaliseringen underlättat sådan samproduktion. Till skillnad från tidigare former för gemensamt musikurval är spellistorna dynamiska i bemärkelsen att de inte antar slutgiltig form. Det innebär att den gemensamma produkten kan underhållas och förändras, vilket skapar både möjligheter och utmaningar i det sociala samspelet kring musik.

## TILLSAMMANS PÅ EGEN HAND? DIGITALISERINGENS SOCIALA KONSEKVENSER

Digitaliseringens inverkan på de situationer där musik konsumeras och på vad som konsumeras påverkar också musikkonsumtionen som socialt fenomen. Denna förändrade socialitet tar sig allmänt uttryck i att mellanmänsklig interaktion kompletteras och/eller ersätts av teknologiskt medierade relationer. Snarare än att sociala relationer helt ersätts av tekniska relationer handlar det om olika typer av socialitet i olika lyssnarsituationer. Denna förändrade socialitet berör såväl individuella som gemensamma former av lyssning.

Flera av de situationer där musikkonsumtionen integreras med vardagsaktiviteter är förknippade med individuell lyssning, till exempel i samband med promenader, pendlning, träning, jobb eller studier. Även om lyssningen sker i andras närvaro (t.ex. när man reser kollektivt, studerar eller arbetar) är den inte gemensam. Andra former av socialitet kan dock göra sig gällande, t.ex. delning av spellistor och nya sätt att få tips om musik. Föga förvånande så uppgav flera av de intervjuade att andra ger dem tips om både musik och musiktjänster. Digitala teknologier erbjuder också automatiserade rekommendationer, men endast ett fåtal uppgav att de använder dessa. Det samma gällde möjligheterna att ”annonsera” vilken musik de lyssnar på eller att diskutera musik på sociala medier. Flera uppgav att de inte kunde tänka sig att göra det. Som en av de intervjuade uttryckte det:

...det är ett väldigt konstigt fenomen i dagens samhälle, att tala om vad man gör hela tiden. (IP2)

Möjligheten att dela musik med andra är ett återkommande tema oavsett teknisk plattform, från kopiering med kassettspelare, via CD-bränning och fildelning, till delning av spellistor. Formerna för delning har dock varierat:

Under högstadiet så brände vi CD skivor åt varandra och bytte dem på bussen [...] då delade vi liksom musik och lånade CD skivor till varandra. Ja men: Jag har den här hemma på min dator, jag bränner en skiva till dig, så även då var musik någonting väldigt socialt. Nu för tiden är det mycket mer att man skickar musik till varandra genom nätet [...] inte lika mycket fysisk kontakt. (IP4)

En annan form av socialitet som gör sig gällande vid individuell lyssning är kopplat till att flera av de intervjuade delade ett Spotify-abonnemang med andra i hushållet. Detta kan kräva koordination eller särskilda arrangemang som lyssning ”offline” beroende på begränsningar i hur många som kan lyssna samtidigt. För några intervjupersoner innebar delningen gemensamma spellistor, medan andra använde olika listor men på samma konto.

Bland de intervjuade var det vanligt att dela listor med andra via Spotify, dvs. att ge andra tillgång till ens egna spellistor eller prenumerera på någon annans listor. En vanlig variant var också att två eller flera personer samsas om en lista där samtliga kan lägga till och ta bort musik. För sådana listor blir samordning särskilt centralt:

Vi skapar listor tillsammans och det är ju världens bästa grej... Så folk lägger till låtar allteftersom och mina kompisar är också väldigt spretiga, så att det blir ju jätteknsiga listor men ibland så kan det också vara så där att: okej, nu är det bara 90-tals rock på den här listan och då lägger man bara till det då, liksom. (IP2)

Utmaningen blir att löpande komma överens om vad som ska läggas till eller

plockas bort. Även i fall där endast en person la till eller tog bort musik kunde det faktum att någon annan prenumererade på listan påverka:

Ibland så måste jag ta bort låtar, men nu har jag kompisar som subscibat till den här listan som säger 'varför tog du bort den låten?' och så. (IP5)

När flera personer gemensamt lyssnar i samma tidsrum, till exempel under en fest, så har digitala teknologier medfört nya konventioner för lyssnande. Ett återkommande exempel handlade om vems spellista som ska spelas på en fest. Förutom listor möjliggör den nya tekniken andra former av koordination, t.ex. att köa låtar så att en spelordning skapas baserat på när de valdes. Här betonade många vikten av att respektera teknikens inbyggda regler:

Man kan ju tycka att queue-systemet är okey. Men sen när nån bryter det där då och faktiskt klickar på *sin* låt. Då blir man helt... då blir det krig. För *alla* vill lyssna på sin låt [...] Och då bryts ju den vänskapliga stämningen. (IP12)

I umgänget med andra får man också tips på musik till sin egen spellista: ”då frågar jag bara vad låten heter och så söker jag direkt på min [mobil] och lägger in den” (IP1). Andra väljer att använda appar som Soundhound eller Shazam för att identifiera låtar: ”det tycker jag är bra på en fest när man inte vill fråga, när man inte känner den som [spelar låten]” (IP5). De digitala teknikerna har också gjort det lättare att ta med sig ”sin” musik hem till andra:

[Musiken] blev ju mer mobil liksom och framför allt så blev det också lättare att ta med sig musik hem till kompisar (IP2).

Flera intervjupersoner såg också nackdelar med att enkelt kunna byta musik och

växla mellan låtar vid fester. De pekade på att det fanns fördelar med album jämfört med enskilda låtar, inte minst i sociala sammanhang, eftersom de gav mer av en helhetsupplevelse. En av de intervjuade lät gästerna välja bland sina CD-skivor, medan en annan berättade om en kompis som hade tagit fram sin vinylspelare för att förhindra att festdeltagarna hoppade mellan låtar och istället ägna mer tid åt ett och samma album:

Då är det liksom omöjligt för någon där på festen att bara klicka till nästa låt ifall de inte tycker om det... då måste man investera 20 minuter i att lyssna på en sida av plattan och sedan kan man byta till nästa, men den här möjligheten att bara hoppa fram mellan olika låtar den finns inte på samma sätt, så jag tror det har bidragit lite grand till varför vinyl har kommit tillbaka<sup>2</sup>. (IP4)

#### MUSIK OCH IDENTITET – EN RELATION I UPPLÖSNING?

Digitaliseringens effekter på musikkonsumtionen – ökad volym, anpassning till specifika situationer, samt mindre fokuserad lyssning – väcker frågor om musikens roll i forandet av individuell identitet och i samspelet med andra.

Vårt material antyder att musikkonsumtionens digitalisering har inneburit otydligare stilgränser och ökad stilmässig heterogenitet. Dagens användning av spellistor framstår som mer utbrett än tidigare former för personligt musikurval, vilket bland annat avspeglas i spellistor anpassade för snart sagt varje konsumtionssituation. En viktig konsekvens av det anpassade lyssnandet är att gränserna mellan musikstilar blir otydligare. Merparten av de intervjuade betonade att de är "allätare" och beskrev sitt lyssnande som varierat, utan stilmässig röd tråd.

Den frihet som streaming innebär är alltså även en frihet från stilkonventioner. Istället påverkas urvalet av andra, mer funktionella krav kopplade till den tänkta användningen, t.ex. musikens tempo. Flera av de äldre reflekterade över att stilgränser verkar ha varit viktigare när de var tonåringar. Dagens tonåringar tonade också ned betydelsen av stilar även om en gav uttryck för tydliga stilgränser i sin egen musikkonsumtion genom att beskriva en stilperiod som hen genomgått (K-pop). En annan yngre intervjuperson menade att stilistisk osäkerhet också driver fram ett fokus på nyheter.

Alltså jag märker typ att vissa är lite osäkra på vad man kan lyssna på, liksom. Eller sådär, vad man får lov att lyssna på. Och då är det ett safe drag, typ, att ta det som är nytt. För det funkar alltid. (IP11)<sup>3</sup>

Även om några etiketterade sig själva på basis av musikstil (Indie-pop, Rock), upplevde även dessa att det var svårt att avgränsa såväl musik som sig själva på det sättet. Flera ansåg att musik inte (längre) är knutet till en särskild stil och att den inte har någon särskild betydelse för ens umgänge.

Nä, när jag träffar nya personer är det egentligen inte viktigt vad den gillar för musik. Det är inte så mycket indelningar efter vad man, ja, man lyssnar på olika helt enkelt. (IP13)

Trots detta var kopplingen mellan musik och subkultur fortfarande något som uppmärksammades. Våra äldre intervjupersoner pekade på tidigare perioder i sina liv där musiken hade varit tydligt identitetsskapande.

På den tiden som det var disco... då tillhörde man ju en gruppering. Som bara gillade såna.

Punkarna var ju en, och jag var ju absolut ingen sän, och så säna som gillade proggmusik. Det har jag heller aldrig varit nån stor fan av. Alltså man tillhörde ju en gruppering... Och då blev det att man anammade en viss stil, skulle se ut på ett visst sätt. För det var så man såg ut om man dansade disco, helt enkelt. (IP9)

Några menade att deras kunskap om musik även idag gjorde det möjligt för dem att avkoda grupptillhörighet hos personer de träffade. Ytterligare några pekade på att kopplingen fortfarande kunde vara aktuell, men för andra personer:

Jag tror att man skulle kunna peka på dem och liksom säga: De lyssnar på den musiken, det tror jag. Även om man inte kände dem. Men jag kan inte säga att jag tillhör dem. Och jag tycker inte att det är viktigt heller. Men det finns ju de som gör det. (IP12)

I ett fall betonade intervjupersonen en egen ("Hipster-inspirerad") stil, samtidigt som gränserna till andra stilar var otydliga och stilen varken avspeglade sig i musiklyssnade eller umgänge. Återigen landar vi i en uppluckring av stilar och grupperingar, eller som samma person uttryckte det: "Det är liksom en salig blandning." (IP7). Denna blandning innebär att vi faktiskt kan tala om individuella identiteter, till skillnad från tydligt normerade stilmallar.

Sammantaget antyder vårt material att digitaliseringen påverkar musikens roll som stilmarkör och dess länk till andra konsumtionsyttringar (jfr Thornton 1995; Davis 2006), liksom dess roll i personliga identitetsprojekt (jfr Hesmondhalgh 2008; Larsen m.fl. 2010). Analogt med Magauddas (2011) argument att musikens digitalisering inte innebär mindre materialitet utan snarare andra former av materialitet, så tyder våra resultat på att digitaliseringen inte reducerar musikens roll i

konsumtionskulturen men att den förändrar den.

## NOTER

- <sup>1</sup> Forskningsprogrammet Digcon: Digitaliseringen av konsumtionskulturen (Vetenskapsrådet 2012–5736). Intervjuerna var semistrukturerade och varade mellan 29 och 103 minuter. De följde en frågeguide baserad på en litteraturförstudie genomförd 2013. Intervjupersonerna valdes ur fyra åldersgrupper: födda 1975 eller tidigare (3); födda 1976–1985 (4); födda 1986–1995 (5); födda 1996–1999 (3). Därmed inkluderades personer med erfarenheter från de tre viktigaste musiktekniska skiften: från vinyl till CD, från CD till Mp3, samt från Mp3 till streaming. Åtta av de intervjuade var kvinnor, sju var män.
- <sup>2</sup> Återkomsten av vinyl är tydlig i branschorganisationen IFPIs statistik. Vinyl ökade med 45,6 procent under 2014 medan strömmade musiktjänster ökade med 10,8 procent, digital nedladdning minskade med 10,1 procent och försäljning av CD minskade med 33,8 procent (IFPI, 2015).
- <sup>3</sup> En aktuell studie av skivbolagens användning av strömningsdata visar också att deras strategiska agerande för att positionera artister i förhållande till olika lyssnarkategorier kan vara något som bidrar till att sudda ut stilgränser (Desai 2015).

## REFERENSER

- Callon, M.; Millo, Y. & Muniesa, F. (eds.), 2007. *Market Devices*. Oxford: Blackwell Publishing/The Sociological Review.
- Czarniawska, B., 2004. "On time, space and action nets", i *Organization*, 11(6), 773–791.
- Davis, M.E., 2006. *Classic Chic: Music, Fashion and Modernism*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Desai, A., 2015. *The Age of MatheMagic – How Big Data is Changing the Music Business*. Stockholm.
- Fairchild, C., 2008. *Pop Idols and Pirates: Mechanisms of Consumption and the Global Circulation of Popular Music*. Adlershot, Hants: Ashgate.
- Fleischer, R., 2015. "Towards a postdigital sensibility: How to get moved by too much music", i

- Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 7, 255–269.
- Hesmondhalgh, D., 2008. "Towards a critical understanding of music, emotion and self-identity", i *Consumption Markets & Culture*, 11(4), 329–343.
- Larsen, G., Lawson, R. & Todd, S., 2010. "The symbolic consumption of music", i *Journal of Marketing Management*, 26(7–8), 671–685.
- Latour, B., 1996. *Aramis, or the Love of Technology*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Magaudda, P., 2011. "When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization", i *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15–36.
- Oakes, S.; Brownlie, D. & Dennis, N., 2014. "Ubiquitous music: A summary and future research agenda", i *Marketing Theory*, 14(2), 141–145.
- Thornton, S., 1995. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. London: Polity Press.

## SUMMARY

*Ubiquitous But Idle  
How Digitalization Impacts Music Consumption  
(Ständigt slölyssnande  
Om digitaliseringens påverkan  
på musikkonsumtionen)*

This article discusses the impact of digitalization on music consumption based on interviews with Swedish music consumers about their music con-

sumption. The findings indicate that digitalization allows music to be consumed in more and more situations and in combination with other activities rather than as a stand-alone activity. On the one hand, this development contributes to making music more ubiquitous in contemporary society; on the other hand, it transforms music listening into something that is done with less attention. Digitalization also changes music as a consumption object, e.g. from specific artists and albums to single tracks or new forms of compilations such as play lists adapted to specific moods or situations. Digitalization creates new coordination needs, e.g. when sharing accounts and play lists or determining in what order tracks will be played in social situations. Digitalization also gives rise to new forms of sociality where both individual and joint listening becomes digitally mediated. Taken together, these findings raise questions about the role of music in style formation and identity construction and the paper concludes with some thoughts on music's changing role in contemporary consumer culture.

*Keywords: music, digitalization, consumption, practice, streaming, ubiquity.*

*Johan Hagberg, PhD, is Associate Professor in Business Administration and Senior Lecturer in Marketing at the School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg, Sweden.*

*Hans Kjellberg, PhD, is Professor of Marketing at Stockholm School of Economics, Sweden.*