



**Mirac**

*Music Focused Interdisciplinary Research & Analysis Center*

## **Konferensbidrag**

# ***Musikliv i snabb förändring – hur förändras forskningen?***

**Kungl Musikhögskolan i Stockholm, november 2016**



## Onsdag

### 1 Interaktiv musik som utmanar upphovsrättsliga ideal och konventioner om komposition

Jan-Olof Gullö, Per-Henrik Holgersson, Hans Lindetorp & Johan Ramström

Det här bidraget beskriver ett konstnärligt musikproduktionsprojekt som var en del av två utställningar 2014 och 2015 på Nobelmuseet i Stockholm: Nobel Creations. Utställningarnas syfte var att kreativt tolka de olika Nobelprisen genom design, mode och musik. En speciellt utvecklad mjukvara användes för att komponera och utforma interaktiv musik som påverkades av hur utställningsbesökare i museet agerade. Musiken spelades utan avbrott och utan att upprepa sig under de fyra månader varje utställning varade. Sammanlagt besökte fler än 100 000 personer Nobelmuseet under utställningarna.

Musiken hade en mycket viktig funktion i Nobel Creations och musik är ju något som, på egen hand eller i samverkan med andra konstformer, bidrar till att skapa unika upplevelser för många människor. Ett delvis utforskat användningsområde för musik, där musik starkt kan bidra till att skapa innehåll, mening och upplevelse, är nya interaktiva medier. Det kan t ex vara i dataspel eller på webbsidor men musik kan även användas för att skapa interaktivitet i konstnärliga installationer, som i det här projektet. Olika typer av sensorer kan då användas för att styra den musik som spelas och bidra till att musiken upplevs som interaktiv. I sådana fall behöver musiken vara förproducerad på ett eller annat sätt. Men musik i interaktiva sammanhang behöver också kunna förändras till följd av utommusikaliska händelser, t ex av en spelares handlingar i ett dataspel eller av hur någon som betraktar ett konstverk interagerar. Förändringar i musiken behöver då ske på sätt som liknar att musiken framfördes av riktiga musiker, i alla fall om musiken ska upplevas som levande och inte mekanisk. Därför kan det vara besvärligt att använda musik som producerats med traditionella metoder, som t ex spår från en CD-skiva, i interaktiv musik- och medieproduktion.

Men med dagens teknik för produktion och reproduktion av musik och medieproduktioner bör det dock finnas goda möjligheter att använda förproducerad musik och låta musiken interagera i ett sammanhang på ett liknande sätt som levande musiker interagerar med en publik eller med andra musiker. Dock är de branschstandarder och etablerade tekniska system som finns tillgängliga för musikuppspelning, i till exempel dataspel, främst skapade för ljuddesign och inte anpassade för interaktiv musikproduktion. Problemet är att sådana tekniska system ofta brister i att effektivt kunna styra centrala aspekter som är unika för musik och som alltså skiljer musik från ljud. Av denna anledning är det komplicerat att använda vissa unika kvaliteter i musikens berättandefunktioner i interaktiva miljöer och därför reduceras musiken lätt till att vara en passiv stämningsskapare i bakgrunden.

Det här forskningsprojektet knyter an till tidigare liknande studier och syftar till att utveckla produktionsmetoder och verktyg, inklusive en särskild programvara, som i stället för ljuddesign tar sin utgångspunkt i de behov kompositörer har för att komponera verk och genomföra musikproduktioner som ska användas i interaktiva sammanhang. En utgångspunkt i arbetet är att utforska musikens unika möjligheter att interagera med dem som lyssnar och tar emot det musikaliska innehållet, både individuellt och tillsammans med andra.

Sju masterstudenter i musikproduktion deltog i projektet som kompositörer och musikproducenter och skapade musik för de interaktiva utställningarna Nobel Creations. Deras musikproduktioner bestod av olika

kompositioner som vävdes samman och distribueras genom högtalare i utställningshallen utan avbrott under hela utställningsperioden.

Programvaran som användes under projektet hanterar olika musikaliska parametrar och egenskaper såsom tempo, puls, taktart och upptakt. Kompositören måste bryta ner musiken i små bitar, eller fragment, och när de spelas upp sätter programmet tillbaka dem i ordning. Programmet hanterar fraser av musikalisk information och en fras är uppdelad i tre delar: en upptakt av valfri längd, frasen i sig med en fördefinierad musikalisk längd beroende på det tempo och den taktart som valts, och en avklingning av valfri längd. Vid uppspelning, som antingen har förprogrammerats eller sker genom interaktion av något slag, kan fraser staplas på varandra och spelas samtidigt eller spelas efter varandra. Fraser kan tonas in eller tonas ut oberoende av varandra och eftersom många individuella högtalare används är möjligheten att variera musiken i rummet närmast oändlig.

En viktig erfarenhet av projektet är att musik av detta slag inte omfattas av upphovsrätten. Ingen stimersättning utgick alltså till kompositörerna. En annan viktig erfarenhet är att det faktiskt går att komponera och producera musik som spelas vecka efter vecka där anställda arbetar många timmar dagligen, men utan att de tröttnar på musiken. Ytterligare en erfarenhet är att många besökare kommenterade musiken med omdömen som vacker, intressant och nyskapande. I projektet, som avslutas under hösten 2016, ingår även en analys av de pedagogiska utmaningar som studenter och lärare stötte på under projektet.

Nyckelord: interaktiv musik, komposition, musikproduktion, upphovsrätt

## **2 Att bygga starka och autentiska musikvarumärken på den sociala webben.**

Jessica Edlom

Följande konferensbidrag avser att presentera en pågående studie kring hur sociala medier förändrar musikbranschens sätt att kommunicera med sin omvärld och bygga starka varumärken. I en snabbväxande medievärld växer det fram nya förhållningssätt, praktiker och strategier kring identitetsskapande och relationsbyggande, som ser ut att påverka hela kedjan i musikbranschen. I denna studie undersöks hur nya medier har påverkat relationen mellan artist, management, skivbolag och reklam-/PR-byrå i arbetet med marknadsföring och kommunikation. Hur ser maktförhållanden ut och vem styr varumärkesbilden kring en artist?

Tidigare var skivbolag och traditionella medier gatekeepers. Idag kan man "bli stor" utan skivkontrakt, spelning i radio, bra recensioner etc. Med sociala medier kan både nya små och stora etablerade artister styra mer själva; skapa sitt eget innehåll och egna konversationer med sina målgrupper/publiker. Studier inom medie- och kommunikationsvetenskapen visar dock att det kan vara problematiskt att låta detta ske. Att strategiskt styra kommunikationen kring ett varumärke är fortfarande ytterst viktigt för att nå fram på önskat sätt. Men det finns kunskapsluckor kring hur detta på bästa sätt ska gå till i ett snabbväxande medielandskap som bygger på direktkontakt mellan människor och en aktiv och selektiv publik.

Forskning inom marknadsföringsfältet visar att autenticitet är en fortsatt viktig byggsten eller till och med nyckel vid byggande av starka varumärken. Denna studie undersöker därför också hur musikbranschens olika intressenter ser på autenticitetsbegreppet, hur autenticitet kring ett musikvarumärke skapas och tar sig uttryck i sociala medier, hur detta arbete styrs och utförs och av vem.

Studiens empiriska material består av semistrukturerade kvalitativa intervjusamtal. Som tillägg till detta studeras också socialt delat webbinnehåll, för att få en tydligare bild av nya praktiker i identitetskapande på den sociala webben. I en sådan netnografisk studie uppstår nya utmaningar. Det är dels en fråga om urval: vilken data som ska samlas i det enorma dataflödet på webben och på vilket sätt, dels en etisk fråga. Gränserna mellan publikt och privat flyter samman i sociala medier, vilket gör att man som forskare behöver närma sig material med detta i tanken.

Studien ingår i ett större forskningsprojekt kring musikbransch och innovation: Music Innovation Network Inner Scandinavia, som pågår 2015-2018.

### **3. Musical cyborg – the human–non-human offspring within music streaming**

Susanna Leijonhufvud

The musical cyborg is the hybrid life form between the musicking human and smart algorithms that inhabits streaming services of music. The neologism derives from Donna Haraway's cyborg but instead of accounting for technological elements built into the human body the musical cyborg is a hybrid between software code in the shape of algorithms and the human autonomic nervous system which regulates emotions, moods, heartbeats, breathing, and body temperature.

Music streaming services offers a plethora of available music. The amount of musical content is no longer at stake; rather it is the selection of that content aligned with a constant need to find "new" music within the plethora. Therefore, by necessity music needs to be tailored for us in one way or the other. Music streaming companies such as Spotify has since its launch into the Internet focused on these particular issues making social suggestions from peers, the ability "to follow" peers within the Spotify community, recommended playlists etc. as different entrances toward selection and suggestions of music. As a Spotify user it is possible to select or ignore recommendations with a simple screen touch. So far the user have been active on a rather high cognitive level in making decisions like this. However this is about to change.

Quite recently Spotify launched its 'running app' an application on the smart phone that can detect the tempo of running and use that input to tweak the tempo of a certain piece of music, which in turn is used by the runner to enforce the running. The whole arrangement shows a looped activity where it is rather difficult to identify and isolate a prompt to the course of events. We know from earlier research within musicology and adjacent research areas that humans uses music for all sorts of purposes for diverse activities like leisure, focus or even therapy. If we add to that the emerging development of Internet of Things (IoT) which conveniently emerges in our everyday life and embraces us like the tempo detectors in our smart phones, the pulse meters on our wrists, smart fabrics detecting body temperature, smart car seats reading pressure points of our backs, screens reading our facial expressions and so on, we are facing a new dawn where the physical input to the digital systems are almost automatic even though the input stems from the human herself.

Whilst studying Spotify as a case example of a music streaming service and combining this with a screening of the inventions of ICT I have come to this conclusion that music can serve as a role model for how the cyborg can bring us closer to humanity than ever before. The modern negotiation represented by Marx, Adorno, and Benjamin where man shall differ himself from he machine. The mission of the humanities, which where music belongs to, have been to offer an alternative to a technological reproduction, affording

emancipation and refinement for the human being. I suggest a different reading of contemporary technology in the realm of digitalisation. The originating digital cyborg can actually offer a deepened understanding of what it means to be human and discover our human potential, not in contrast to the machine but on the contrary on behalf of being cyborg in an intertwined relationship between humans and non-humans (i.e. the machine). The musical cyborg is not the end of the modern project where humans cease into the belonging to the machine, instead the cyborg constitute a new beginning post the modern. As it need the human input in order to operate and act. This is an act of Action – the beginning of something new – a musical advent – to quote Hannah Arendt’s biblical words “for unto us a child is born” – I suggest that that child is to be a Musical Cyborg.

#### 4. Music listening experience

Bård Tronvoll<sup>1</sup>, Ola Håmpland and Rune Johannessen

Over the past decade, music behavior and the way listeners experience music have changed quickly due to technological developments. Music is retrieved today in technological driven markets mostly through mobile applications, making it possible to stream unlimited songs of music on demand. Listeners have therefore more opportunities than ever to integrate music into all current activities and situations (Heye & Lamont, 2010; Sloboda et al, 2009). The technological progress of has allowed listeners who use digital streaming services to change the way they interact with, listen to and experience music (Nill & Geipel, 2010; North, Hargreaves and Hargreaves, 2004; Sloboda, Lamont and Greasley 2009). As a consequence, the traditional bundling of music - the album constituting LPs or CDs - has been hurt. The digital streaming has created new concepts and facilitated music playlists to take a dominant position in the music listening market.

The emphasize on music listening experience has been scarce (Lamont, 2009), although the interest of experience has increased over the past decade in various user oriented research streams, such as service (Helkkula, 2011), marketing (Brakus, Schmitt, & Zarantonello, 2009) and branding (Zarantonello, Schmitt, & Brakus, 2007). Experience is today considered a key research priority (Ostrom et al., 2015; Jaakkola et al., 2015). Likewise, managers in the music industry recognize the need to invest in listening experience strategies across offerings, categories, and channels to remain competitive in a rapidly evolving music landscape. In this transformative market, music listening experience plays a pivotal role in understanding listener’s perceptions, attitudes, and behavior. Therefore, it is imperative for the music industry and their various actors to understand the uniqueness of how music listening experience are being created and what contribute the use of music streaming playlists.

The digital music market has until recently focused on downloading albums and tracks, although it is streaming that really has enhanced the listening experience. Listeners’ extensive adoption of technology and various digital streaming channels, such as Spotify, Apple Music, YouTube and listeners’ communities, provide listeners with a new role. Thus, recorded music witnessed in 2015 a key milestone for revenue growth globally where the digital revenues overtaking income from physical formats for the first time (IFPI report 2016). Using playlist via streaming services introduces new practices and habits in experiencing music and is an appropriate unit to use in studying everyday music listening (Hagen, 2015; Krause & North,

---

All authors are affiliated with Hedmark University of Applied Sciences. Contact: bard.tronvoll@hihm.no

2016). The music industry is therefore centered on the efforts to design and create streaming playlists, which creates superior listening value and recommendations.

Based on the growth and importance of digital music streaming where the concept of playlist is vital, it becomes imperative to understand what drives and constitute music listening experience as well as the effect on the loyalty of using the playlist. Consequently, the aim of this empirical study is to investigate the role of social community and recommendation from the environment to understand music listening experience and the willingness to be loyal toward the playlists.

## 5 Karriärsvägar inom det svenska musikundret – en fallstudie om Shellback och Karlshamn Musikforum

David Thyrén

Syftet med detta abstract är att genom Shellback och Karlshamns Musikforum som fallstudie exemplifiera forskning om alternativa karriärsvägar inom det svenska musikundret. Den svenska musikproducenten, låtskrivaren och musikern Shellback (Karl Johan Schuster, f. 1985) har i samarbete med Max Martin (Karl Martin Sandberg, f. 1971) nått stora internationella framgångar med en rad hits för världsstjärnor som Taylor Swift, Adele, Maroon 5, Britney Spears, Backstreet Boys, Justin Timberlake, Pink, Robyn, m.fl.

Noterbart är att Shellback<sup>2</sup>, som kommer från det lilla samhället Asarum utanför Karlshamn, är självlärd och saknar formell musikalisk utbildning. Däremot har han varit aktiv som amatörmusiker vid Karlshamns Musikforum, ett musikhus som etablerades under 1970-talet som en lokal praktik inom den svenska progressiva musikrörelsen (Thyrén 2009). Karlshamn Musikforum har alltsedan denna tid utgjort en dynamisk scen för levande musik och borgat för ett starkt lokalt musikkiv, med tillgång till replokaler och studios. Karlshamns Musikforum drivs ideellt av eldsjälar och liksom Hagahuset och senare Sprängkullen i Göteborg fanns en stark politisk kraft med inriktning KFML(r). Karlshamn Musikforum grundades 1974 och fyllde 40 år 2014 (Hult 2014; Sandström 2014).

En annan viktig influens från den lokala miljön är Karlshamns musikkår, som på lördagar under sommaren paraderar i staden. Shellback tog intryck av särskilt slagverket och började sin musikaliska bana redan i den tidiga barndomen genom att spela trummor, vilket uppmuntrades av föräldrarna. Han blev medlem i musikkåren som trumslagare vid 13-års ålder. Shellbacks huvudinstrument är fortfarande trummor. Därutöver har han lärt sig behärska instrument som elgitarr, elbas, keyboards och brukspiano (Gradvall 2016).

Shellbacks musikaliska begåvning upptäcktes av Max Martin via lokala kontakter och informella nätverk. Martins fru kommer nämligen från Karlshamn och han har därför införskaffat ett hus i trakten. Frun Jenny är syster till Shellbacks dåvarande musikaliska samarbetspartner Julius "Julle" Pettersson (numera förläggare och manager). Shellback övertalades av Martin att flytta till Stockholm och inleda ett professionellt samarbete som låtskrivare och musikproducent. Shellback är i grunden hårdrockare och starkt influerad av den amerikanska rockgruppen Rage Against the Machines hårdföra och politiskt medvetna musik. Han har även lärt sig mycket genom att lyssna på Kiss, Metallica och Nirvana. Nu ändrades istället inriktningen till hyperkommersiell popmusik. Avsikten var inledningsvis att bevisa för Martin hur

---

Artistnamnet "Shellback" syftar på Rune Andréassons seriefigur Skalman från serietidningen *Bamse*. Shellbacks karaktär påminner om Skalmans, bland annat genom att han har för vana att avsätta tid för sömn under intensiva studiosessioner.

simpelt och banalt det kan vara att skriva enkel pop. Snart nog upptäckte Shellback att det var kul och musikaliskt stimulerande. Ett mästare-lärlingförhållande uppstod där Shellback lärde av Martin genom observationer och icke-verbal kommunikation i produktioner med viktiga klienter. Snart utvecklades ett kompanjonskap. Ett genombrott kom 2008 med låten "So What", för den amerikanska artisten Pink (Alecia Beth Moore, f. 1979). Låten nådde första platsen på amerikanska Billboardlistan. Totalt har det hittills blivit åtta listettor på Billboard... Sommaren 2016 utnämndes Shellback till ambassadör för hemstaden Karlshamn. Shellback stödjer Karlshamn Musikforum ekonomiskt för att visa sin uppskattning och säkerställa att Musikforum lever vidare (Hult 2014; Åkesson 2016).

#### Referenser

Gradvall, Jan (2016) "Möt Max Martins producentpartner: Johan "Shellback" Schuster", Café. 2016-02-10.

Gullberg, Anna-Karin (2002) Skolvägen eller garagevägen – Studier av musikalisk socialisation. Luleå: universitetstryckeriet. Musikhögskolan i Piteå [diss.].

Hult, Martin (2014) "Världsstjärnan räddar Musikforum", SVT Blekingenyt. 2014-01-21.

Sandström, Oskar (2014) "Musikforum fyller 40 år", Commersen Coop Karlshamn. 2014-01-22.

Syrén, Michael (2016) "Max Martins monstervinst – tjänar mer än någonsin", Expressen. 2016-08-19.

Thyrén, David (2009) Musikhus i centrum – Två lokala praktiker inom den svenska progressiva musikrörelsen: Uppsala Musikforum och Sprängkullen i Göteborg. Stockholm: Musikvetenskap [diss.].

Åkesson, Lovisa (2016) "Stolt hitmakare blir ambassadör", Blekinge Läns Tidning. 2016-07-22, s. 15.

## Pause

### 6 Musikvetenskapen i samtiden, tradition och nyorientering

Lars Lilliestam

En utgångspunkt för det följande är frågan som ställdes i cfp: hur förändras forskningen när musiklivets förändras så snabbt? Andra, mera personliga, utgångspunkter är arbetet med boken *Rock på svenska* (2013), utställningen *Musik i Göteborg 1955-2018* (2015) och antologin *Made in Sweden*, som utkommer sent 2017 på Routledge – och min förestående pensionering. Jag hoppas jag kan förlåtas en och annan reviderad tanke i nytt sammanhang.

Digitalisering och annan teknisk utveckling förändrar såväl hur musiken låter som sätten att använda, lyssna på och värdera musik. Samhällsförändringar föder också nya behov som musiken kan bidra till att fylla. Att musiken och musiklivet avspeglar ett förändrat samhälle verkar självklart. Men hur? Förslagen är många. En del förändringar kanske får andra konsekvenser än de vi förväntat oss. Jag misstänker att det sker djupgående förändringar under ytan som vi inte uppmärksammar.

Det finns förvisso forskning om detta, men låt oss vara ärliga: många slutsatser är gissningar. Thomas Bossius och min bok *Musiken och jag* kom ut 2011 men den är både aktuell och redan föråldrad. När vår forskning gjordes fanns inte till exempel Spotify.



Men detta måste accepteras. Det finns värre problem. Ett är hur musikvetenskapen överhuvudtaget förhåller sig till musiken. Många har pekat på hur gammaldags vårt tänkande om musik är. Och det styr också forskningen.

Hur mycket ägnar sig forskningen överhuvudtaget åt samtidsmusiken? Den första boken om nationalhelgonet Evert Taube som musiker gjordes 2007! Och forskningen om exempelvis Abba, Benny Andersson, Mikael Wiehe, Eva Dahlgren, dansband, Håkan Hellström och Kent är ytterst liten – om den ens finns. Det vetenskapliga studiet av musikbranschen, livescenerna, skivbolagen, musikers villkor, musikens publik etc. är också relativt liten. Men detta kommer förhoppningsvis med unga engagerade forskare, till exempel inom MIRAC.

De som forskar om musik, oavsett disciplin, måste fundera över sin egen roll, vad man kan, bör och vill göra.

Inom mitt eget ämne, musikvetenskap, är en nyorientering av nöden, både metodiskt och innehållsmässigt. En del av kurserna i Göteborg görs om med början nu i höst – och förändringarna sker på flera plan.

1. Hur giltig är den traditionella musikhistorien för dagens studenter? Hur kan den förändras för att bättre passa vår tid? Läroböckerna är i många avseenden starkt föråldrade.
2. Musikteori och musikanalys är fortfarande baserade på konservatorietraditionen, och grundad i notbunden musikalisk praktik, medan man bortser från hur lyssnarna, främst de som inte kan musikteori, uppfattar musiken. De har också upplevelser, ofta djupa.
3. Musikvetenskap och annan humaniora har i stort fortfarande en undanskymd roll. Musikvetenskap har exempelvis bidragit mycket lite till forskningen om ungdomskulturer. Hur kan man generellt göra musikvetenskapliga resultat begripliga och användbara för andra än musikvetare? Vilken är kopplingen mellan musikens struktur, samhälle och musik? Mitt svar är att den bland annat kommer till uttryck genom vår syn på musik, dess användning, genom samtalet om den.
4. Ibland undrar man vart den klingande musiken tog vägen? Trots att den är så central finns den ofta inte med alls i diskussioner om musik (!) – eller bara beskriven i allmänna och vaga termer, med metaforer, jämförelser, adjektiv etc.

Detta sista gäller även för mycket av den forskning om nutidens musik som görs inom andra ämnen. Givetvis ska man utgå från sina egna traditioner och metoder – men glöm inte den klingande musiken!

Finns det lösningar på dessa dilemman? Säkert. Men de är inte alldeles lätta. Här kommer ett par förslag.

1. Försök att hitta nya metoder för att göra musikanalys användbara av andra än musikforskarna själva. Uppmärksamma musiken som ljud. Vi måste försöka finna sätt att analysera och beskriva musik baserade på etnologiska undersökningar och kognitionsforskning.
2. Mer samarbete. MIRAC är förvisso en bra början – men räcker inte. Det behövs flera tvär- och mångvetenskapliga träffar. Och längre. En modell kan vara att bygga ett forskningsnätverk och söka medel för detta.
3. Samtal med andra forskare bör ske redan under planeringen innan forskningen kommer igång. Man bör försöka att undvika humanioras och samhällsvetenskapens traditionella soloprojekt.
4. Vi borde ta del av varandras forskning inom olika discipliner mycket mer och inte stanna kvar inom ämnenas säkra revir.

## 7 En aktuell vetenskap om musiken: Är musikvetenskaplig forskning om nutidens musiksamhälle möjlig?

Toivo Burlin.

Det moderna musiksamhället är i många avseenden något nytt, en ny mediesituation och ett nytt sätt att organisera kunskap om musik – likväl som det är något gammalt. Dagens musiksamhälle – som en del i ett ytterst komplext nätverkssamhälle – har djupa rötter; i det äldre industrisamhället, i det tidigmoderna samhället, ytterst faktiskt i en ”grå forntid”. Men sambanden är inte alltid uppenbara om de historiska perspektiven blir för snäva. Det moderna musiksamhällets komplexitet kan alltså inte enbart förstås genom samtidens förståelsehorisont, det behövs också längre och djupare – mer samtidigt synkrona och diakrona – perspektiv. Bara genom att studera nutidens musiksamhälle mot en fond av de senaste etthundra årens utveckling, ifrågasätts antagandet att nutidens musikliv är väsentligt annorlunda gentemot tidigare epoker. Eller är det ändå en smula annorlunda?

Friedrich Kittler – litteraturvetare, elektronmusiktonsättare och mediehistoriker – hävdade att litteraturvetenskap, som en produkt av 1800-talets mediesamhälle, idag är en föråldrad disciplin: dess mediesyn (”författaren”, ”boken” och ”texten”) är intimt förknippad med en specifik historisk mediesituation. På samma sätt kan musikvetenskapen – som uppstod vid samma tid – sägas vara en produkt av 1800-talets musiksamhälle (”tonsättaren”, ”nottrycket”, ”notskriften”). Därför kan disciplinen i väsentliga avseenden misstänkas ha begränsade perspektiv och metoder till sitt förfogande för att förstå 2000-talets musiksamhälle. Nya repertoarområden som populärmusik, filmmusik och spelmusik, för att nämna några väsentliga fält, har långsamt inkluderats inom musikvetenskapens definition av ”musik” sedan 1970-talet och framåt, med embryonala teoretiska perspektiv som exempelvis *medialisering*, *produktion* och *intermedialitet*. Men ämnets kärna med dess verk- och tonsättarcentrering och inriktning mot musikhistoriska epoker, stilar och ”skolor”, har inte i grunden förändrats – trots att musiken idag egentligen inte går att skilja ut *för sig*: musik, ljud, bild, text, rörlig bild konvergerar, som Kittler hävdade, idag i datorns integrerade arkitektur (t.ex. i datorspelet men även i den mobila musikproduktionen).

Men är musikvetenskapens 1800-talsarv av idealism enbart en nackdel? För trots det begränsande intellektuella arvet finns det i disciplinen musikvetenskap en väsentlig kunskapsbas om musik som andra discipliner saknar: en förståelse för musikens material, struktur och form, dess praktik och filosofi – d.v.s., perspektiv på musik som undersöker *fenomenet musik* som något mer komplext och dynamiskt än enbart som en industriell produkt för konsumtion i en kapitalistisk musikekonomi – som, lite tillspetsat, är vår tids dominerande musiksyn. Samtidigt saknas ofta inom disciplinen musikvetenskap som helhet en mer än rudimentär förståelse för hur musik – oavsett genre – faktiskt produceras, distribueras, används och upplevs i vår tid, perspektiv på musik som finns bättre utvecklade i flera andra discipliner.

Avslutningsvis kommer det, mot denna bakgrund, att argumenteras för vikten av både musikvetenskapligt nytänkande kring samtidens musik och tvärvetenskapliga perspektiv på det moderna musiksamhället – liksom det stora värdet av att sätta in nutidens (kanske skenbart) snabba förändringar i längre historiska och kulturella perspektiv, som måhända ger vissa nycklar till att rätt värdera vad som är väsentligt – och vad som är mindre väsentligt – i de nutida förändringarnas höga hastighet.



## Torsdag

### 1 MUSICIANS AS ENTREPRENEURS OR ENTREPRENEURS AS MUSICIANS?

Staffan Albinsson

In 2009, the Swedish Cultural Policy Act of 1974 was replaced by, in parts, a new act. A three-year artistic entrepreneurship programme totalling 73 million SEK (approximately €7.5 million) was presented jointly by the Minister for Enterprise and the Minister for Culture. The idea was that:

Culture, artistic creativity and design are important tools for the enhancement of the country's growth and competitiveness. We wish for a greater number of actors to be able to support themselves from their creative work. This investment will contribute to more meeting points for culture and enterprises where they can enrich each other ...

A council for the cultural and creative industries was set up. The programme was opposed by many of those who belonged to the intended target group. This paper discusses how musicians relate to the idea of being not only artists but also entrepreneurs. It seems that the older generations are more reluctant than the younger. But it is obvious that freelance musicians recognise the need for entrepreneurial and managerial skills. A vast majority of those interviewed regard themselves "entrepreneurs", although in most cases it is out of necessity.

**Keywords:** cultural entrepreneurship, artistic entrepreneurship, musicians

### 2 "Visitors' attitude to public funding of a non-profit music festival" - The case of the Peace & Love-music-festival.

Anna Klerby\*

#### Draft

**Background:** The event sector is a mixture of private businesses, public administration-organisers and non-profit-organisations with different aims and financial prerequisites. Events may be as important as a hall-mark event of a town, however may be meeting financial instability to the very day of the festival. A quick change in consumer behaviour in general and simply bad weather in particular can cause a rapid decrease in the amount of visitors, event by event. Due to the variety of benefits some festivals bring to their hosting towns, one resort could be be aloud to use public funding as security in a situation of financial hardship. But what are the citizens' attitudes towards such a situation?

**Objective:** This paper examines to what extent the visitors of a music festival agree to that the festival should get support by public funding if it meets economic hardship, and whether differences in attitude can be explained by the individual's social position and self-interest.

**Data and Methods:** Survey data from app. 500 respondents visiting the Peace & Love festival in Borlänge in the year 2010, an ordered probit model is used for the estimation.

**Results:** More than 50 per cent of the sample is positive towards a permanent public support to the festival. Men are on average more positive than women, and the younger generations are more positive than the older. People who regularly volunteer are more positive than those who do not. The self-interest

becomes apparent in the positive correlation between those who regularly play an instrument themselves as well as the more negative attitude among people with self-reported relatively bad health. Income is not significantly correlated that may indicate that visitors' music engagement is superior to them being net givers to the tax system.

**Conclusion:** To our knowledge this is the first study of its kind analysing visitors' attitude towards supporting a non-profit-festival with tax money. Further research is suggested in the field to draw more general conclusions about citizens' valuation of festivals and their attitude towards how tax money should be prioritized between different activities.

*Keywords:* music festival, public funding, attitude, tax

---

\* Dalarna University, Department of Regional Science - Tourism, Borlänge, Sweden, [akb@du.se](mailto:akb@du.se)

### 3 Icke verbal kommunikation I studio

Thomas Florén & Johnny Wingstedt

Det här bidraget beskriver ett projekt som initierades 2015 och som studerar kommunikation och samverkan mellan artist och producent i inspelningsstudion med fokus på ickeverbal kommunikation. Projektet fick ett initieringsbidrag av KIG på Högskolan Dalarna för 2016 som av ISTUD förlängdes att omfatta även 2017. Ambitionen är att under 2017 söka ett större externt anslag för att utveckla projektet vidare.

Utgångspunkten för projektet var att en betydande del av kommunikationen i studio sker genom gester, mimik, blickar och s.k. undertexter i det som uttalas. Antagandet var även att denna typ av ickeverbal kommunikation är avgörande för förståelsen för hur förtroende och samförstånd etableras, hur eventuella asymmetrier mellan artist och producent balanseras, hur meningsskiljaktigheter och eventuella konflikter hanteras samt hur effektivitet kan uppnås i bemärkelsen att uppnå ett lyckat kreativt och konstnärligt resultat inom en given tidsram.

Under våren 2016 genomfördes en pilotstudie bestående av tre längre inspelningsessioner och två djupintervjuer med producenter. I inspelningsessionerna dokumenterades interaktionen mellan musikproducent och sångare med två synkroniserade videokameror. Två av sessionerna med oerfarna producenter och sångare på studentnivå, samt en session med professionell sångare och producent. Efter sessionerna genomfördes två uppföljande djupintervjuer med en student och den professionella producenten. Pilotstudien aktualiserade fler metodfrågor som exempelvis handlade om vår påverkan på forskningsobjektet då vi närvarade vid sessionerna. Det handlade även om rent tekniska aspekter som hur kamerorna skulle placeras, krav på ljus och ljud. Vi behövde även ett lämpligt program för att kunna kategorisera och analysera det inspelade materialet.

De preliminära analyserna visar att inspelningsituationen präglas av möten mellan flera olika kulturella kontexter. Det handlar exempelvis om möten mellan olika yrkesroller, konstnärliga ideal, statuspositioner i branschen i bemärkelse "2känd" eller "okänd" och föreställningar om artistens respektive producentens roll

och bidrag i den konstnärliga processen. Det går således tala om möten mellan olika professionskulturer, produktionskulturer och musik- eller subkulturer. För att producenten skall kunna bidra och addera konstnärliga värden krävs en förmåga att förstå och hantera dessa olikheter. Bilden som framträder är att förmågan primärt är av social och kommunikativ karaktär vilken i sin tur vilar på en tyst eller i alla fall uttalad grund.

De preliminära resultaten visar på att det finns en betydande komplexitet som måste hanteras. En viktig fråga handlar om hur olika aspekter kan studeras. Exempelvis kan diskussioner, avbrott, eventuella konflikter utgöra en fokuspunkt i analys vilka kan förstås som uttryck för kulturella möten. Frågor kan även ställas om vad det egentligen är som pågår vid ett plötsligt avbrott i ett flöde, i en session. Kan det vara uttryck för en förhandling mellan producent och artist i vilken konsensus uppnås? Hur uppnås i sådana fall konsensus? Hur hanteras och vad händer om konsensus inte uppnås? Andra typer av metodologiska frågor är hur det tysta kan studeras och analyseras för att i ett senare skede göras verbalt. Är fenomenet som studeras uttaltbart eller endast uttalat? Vi tar tacksamt emot tankar, reflektioner och förslag om alla dessa frågeställningar.

Projektet förväntas för närvarande kunna bidra med att:

1. Visa på hur inspelningssituationen utgör en arena för olika typer av kulturella möten.
2. Visa på en metod för att studera och artikulera tyst kunskap genom filmanalys och djupintervjuer. Detta inbegriper ett metodologiskt fokus mot när interaktion och kommunikation "inte fungerar", detta som ett uttryck för möten mellan kulturella olikheter.
3. Ytterligare förväntas projektet bidra med förklaringar till varför kunskapen är tyst eller uttalad samt hur den uppstår och utvecklas över tid.

## **4 Pop- och Rockband: organisering och gruppidentitet**

Tobias Malm

Idag lyfts ofta Sverige fram som ett framgångsrikt musikland. Uppmärksamhet riktas mot musikverksamheter som en del i de alltmer inflytelserika så kallade kulturella och kreativa näringarna. Grupper och nätverk av entreprenörer som lyckats göra ett levebröd på sitt skapande hyllas. Men vad som ofta hamnar i skymundan är att dessa professionella satsningar inte har uppstått i ett vakuum. Vanligen har de föregåtts av många år av erfarenheter från mer eller mindre amatörbaserade verksamheter. Detta gäller inte minst pop- och rockband. Vi vet än idag dock väldigt lite om hur sådana grupper "under radarn" fungerar och organiserar sin verksamhet. Med detta konferensbidrag vill jag därför presentera en artikel där jag har undersökt hur pop- och rockbands organisering och gruppidentitetsskapande kan förstås. (Med pop- och rockband avser jag här en informellt baserad musikgrupp av vanligen 3-6 medlemmar som är verksam inom mestadels gehörsbaserad pop- och rockmusik).

Studien anlitar ett institutionellt och praktikorienterat teoretiskt perspektiv där identiteter och mening betraktas som sociala fenomen. Musikvärldens föreställningar, konventioner och ideal ordnar musikpraktikens handlingar i form av delade men också ständigt omförhandlade uppsättningar av institutioner. Detta perspektiv betonar att musiklivet är kollektivt konstituerat i ett pågående görande, en organisering.

Data är hämtat ifrån 6 bandmusikers föreställningar om deras icke-professionella bandverksamheter. Intervjuerna var explorativa och fokuserades kring de intervjuades berättelser om mer eller mindre intensiva perioder.

Resultaten illustrerar hur bands organisering kan förstås som växlande mellan ett produktionsläge och ett viloläge. I produktionsläget är aktiviteten hög och den gemensamma produkten och utåtriktat arbete fokuseras, såsom livespelningar och marknadsföring. I viloläget är verksamheten inåtvänd, lågaktiv och fokuserar på komposition och repetition. I produktionsläget konstrueras en gruppidentitet av att vara ett band, dvs. att göra "riktiga" bandsaker, samt att vara en arbetsgrupp av kollegor. I viloläget framträder istället gruppidentiteten av att vara en social gemenskap medan de andra identiteterna tonas ned. Materialet ger uttryck för att detta kan leda till upplevelser av besvikelse och interna spänningar.

Dessa resultat diskuteras i relation till hur pop- och rockband är en social praktik som organiseras av fler olika världar simultant. De olika världarna, eller uppsättningar institutioner främjar konstruktionen av olika gruppidentiteter. Banden inrymmer förutom musikvärlden även föreställningar från att vara arbetsgrupp/entreprenörer samt social intressegemenskap/vänner. Pop- och rockband står därför inför utmaningar i att organisera sin verksamhet. Olika organiseringslägen betonar olika gruppidentiteter vilket har påverkan på de interna relationerna mellan bandmedlemmarna. Den utåt synliga entreprenöriella gruppidentiteten i professionella grupper kan således inrymma komplexa, föränderliga och stundtals motstridiga gruppidentiteter. Arbetskollegor kombineras med att vara vänner samt medmusiker.

## 5 Den värmländska musikscenens villkor - Att leva för musiken

Linda Ryan Bengtsson

Digitaliseringens intåg har påverkat och påverkar musiklandskapet gällande allt ifrån musikskapande till distribution och lyssnande. Det har gett tekniska lösningar som anses möjliggöra för musiker att verka på en global marknad, oavsett om man befinner sig i en storstadsmetropol eller i en "landsbygdshåla". Samtidigt finns det studier som framhåller vikten av att befinna sig på en plats med kreativa kluster och med tillgång till internationella nätverk för att nå framgång inom kreativa näringar - egenskaper som tillskrivs storstaden. I det sammanhanget framträder den rurala eller den avlägsna platsen (så som småstaden eller landsbygden) som storstadens motsats – en plats utan kreativitet, nätverk eller möjligheter. Eftersom tidigare forskning fokuserat på storstadens förutsättningar för kreativa näringar finns ett stort behov att flytta blicken till landsbygden, och inte minst vid studier av musikbranschen som är en av de branscher där digitalisering haft störst inverkan.

I denna studie kartläggs hur medieanvändning är en del av och en förutsättning för musikaktörer inom ett ruralt område, i detta fall Värmland. I djupintervjuer med musiker, band och arrangörer växer en komplex bild fram över de lokala förhållanden och förutsättningar som Värmlands musikscen verkar under. Det är inte det stora genomslaget som står i centrum utan det är andra värden som framträder. Flera av aktörerna bär en ideologisk utgångspunkt i sitt skapande eller verksamhet, där musiken blir ett sätt att kommunicera med omgivningen. Det syns också i arrangörernas arbete, där drivkraften är att "ta världen till landsbygden" genom internationella artister och att "levandegöra platsen" genom olika arrangemang. Flera av aktörerna har nationella och internationella kontakter vilka inleds med fysiska möten och upprätthålls och förstärks via sociala medier. Sociala medier används också för lokala kontakter. Det finns upparbetade relationer med olika branscher lokalt, vilket underlättar för aktörer

att skapa arrangemang eller att utforska nya former av uttryck. Att leva och verka på en mindre ort är också ett sätt att hålla nere kostnaderna för att kunna leva på den avkastning musiken ger. Dessutom kan resurser istället läggas på resor exempelvis för nätverksbyggande. Platsen i sig själv framstår också som viktig för inspiration och kreativa val. Landsbygden är så till vida inte en motsats till storstaden, utan ett alternativ med andra förutsättningar. Digitaliseringen är en del av att kunna vara verksam på landsbygden, men långt ifrån den enda faktor som tillåter musiker och arrangörer att vara verksamma i mer rurala områden. Men studien visar också på problem som både kan tillskrivas lokala och strukturella omständigheter. Många av aktörerna är män över 40 år och musikscenen känner inget eller väldigt litet lokalpolitiskt stöd. Musiker och aktörer upplever att här finns fortfarande uppfattningen kvar att klassisk musik är kulturellt emedan populärmusik är kommersiellt. Detta trots att alla intervjuade anser sig vara en del av det lokala kulturlivet.

Studien visar på ett komplext musiklandskap, där många olika värden möts. Den ger en mer nyanserad bild av landsbygden och förutsättningarna för verksamma inom musikäringen. I en större diskussion kring forskningens roll i det nya musiklandskapet finns här anledning att lyfta vikten av kvalitativa studier, där forskning bidrar med en mer nyanserad bild av musikbranschen och dess utövare, och ger en vidgad syn på musikens värden och roll i samhället.