



**Mirac**

*Music Focused Interdisciplinary Research & Analysis Center*

## **Konferensbidrag**

### ***Vart är musiken på väg? Perspektiv från forskning, bransch och politiker***

**Kungl Musikhögskolan i Stockholm, 14-15 november 2018**



## **Musikproduktion & entreprenörskap – en kartläggning av den mediala beskrivningen av det svenska musikundret under 1980- och 90-talet**

David Thyren & J-O Gullö (KMH)

En utgångspunkt för denna studie är att ur ett musikhistoriskt perspektiv studera musikproduktion och entreprenörskap, inom det svenska musikundret, med internationellt framgångsrika producenter som Denniz PoP, Max Martin och Shellback samt musikproduktionsbolag som Cheiron och Maratone som studieobjekt. Här presenteras en initial kartläggning av den svenska mediala beskrivningen av det svenska musikundret under 1980- och 90-talet. Det empiriska underlaget i denna delstudie är de svenska musiktidskrifterna: Musikermagasinet [årgång 1985-2000], Musikindustrin [årgång 1998- 2002], Schlager [årgång 1980-1985], Showtime [årgång 1981-1990], SKAP-Nytt [årgång 1990-2000] Slitz [årgång 1986-1996] och STIM-Magasinet [årgång 1980-2000]. Resultatet av kartläggningen påvisar en indifferent attityd hos medierna gentemot exempelvis Denniz PoP:s musikproduktion när denne var verksam. Trots stora internationella framgångar var Denniz PoP i stort frånvarande i den samtida branschpressen. Mediebilderna förändrades dock efter Denniz PoP:s frånfalle 1998. Samtidigt framträder också, mer eller mindre mellan raderna, bilden av hur framgångar inom det svenska musikundret realiserades genom ett långsiktigt och målmedvetet arbete i ett avgränsat nätverk av musikentreprenörer som i stort verkade i skuggan den mediala exponeringen. De hade en arbetsprocess som gick ut på att starta upp olika projekt, knyta till sig kreativa och begåvade musiker eller DJ's med hög arbetskapacitet och ta med de skickligaste vidare till nya projekt. I det undersökta materialet förefaller formell musikutbildning inte ha varit ett viktigt kriterium för framgång i den tidens musikbransch. Istället framstår skicklighet i teambuilding i form av nätverksbyggande ha varit en viktig framgångsfaktor. Vår analys visar också att det finns viktiga aktörer som är mer ouppmärksammade i medierna. Musikentreprenören Tom Talomaa (f. 1954) har varit verksam bl.a. genom klubb- (BZ, Ritz), restaurangverksamhet (East) samt musikproduktionsbolagen Cheiron och Maratone i exklusivt partnerskap med Denniz PoP och Max Martin. Men trots att Tom Talomaa alltså starkt bidragit till det svenska musikundret har hans gärning inte uppmärksammats i tidigare forskning och i det undersökta mediematerialet är han alltså i stort frånvarande. Denna undersökning ingår som en delstudie i projektet Searching for Sophia in Music Production Education.

## **Lärare i musikproduktion och deras digitala verktyg**

Hans Lindetorp (KMH & KTH)

De digitala verktygen för inspelning och musikproduktion har utvecklats mycket under de senaste decennierna. Detta har påverkat både musiken och musikskaparna (Gullö 2010, s. 172) och inte minst musikindustrin. Dock saknas aktuell forskning som visar vilken inställning lärare vid musikproduktionsutbildningar har till de nya verktygen. Upplever de dem som en kreativ miljö som lockar till skapande eller ett nödvändigt ont som måste hanteras? Önskar de sig verktyg där t.ex. artificiell intelligens hjälper till att producera musik snabbare eller vill de behålla de tekniska utmaningarna för att locka fram kreativa lösningar? Tidigare studier visar att studenter i högre musikutbildning kan uppleva sig som mest kreativa när de komponerar medan de snarare ser arbetet i de digitala verktygen som ett tekniskt moment (Schyborger 2017, s. 56). Är det ett förhållningssätt som förstärks eller utmanas i de befintliga utbildningarna?

Genom att identifiera de perspektiv och värderingar som utgör ramen inom vilken studier, experiment och projekt sker ökar förståelsen för de resultat och den kunskap som produceras.

Inom designforskning kan en sådan ram definieras med termen program (Redström 2017, s. 85) och utgöras av en forskargrupp, en institution eller liknande. Med den definitionen skulle nätverket för utbildning i musikproduktion kunna ses som ett program och utveckling av nya produktionsverktyg som designstudier inom det programmet. Denna studie syftar till att ge en större kunskap om vilka perspektiv, värderingar och förhållningssätt till DAW (Digital Audio Workstation) –program som dominerar bland lärare på musikproduktionsutbildningar i Sverige vilket därmed även kan ge en större förståelse för hur vidare studier i fältet kan tolkas.

Detta är en pågående undersökning där data samlas in från lärare i nätverket för svenska utbildningar i musikproduktion. Det sker genom såväl webbenkäter som intervjuer och det preliminära resultatet redovisas på MIRAC 2018. Det insamlade materialet analyseras med en kunskapskritisk ansats (Lennart Hellspong 2001 s. 142) och de ontologiska metaforer (Lakoff & Johnson 1980 s. 25) som återfinns i texterna grupperas, värderas och sammanställs för att synliggöra skillnader och likheter i perspektiv och värderingar.

#### Referenser:

- George Lakoff & Mark Johnson, "Metaphors We Live By", (The University of Chicago Press, 1980)  
Lennart Hellspong, "Metoder för brukstextanalys", (Studentlitteratur AB, Lund 2001)  
Jan-Olof Gullö, "Musikproduktion med föränderliga verktyg" Diss. (Stockholm: Skrifter från Centrum för musikpedagogisk forskning (MPC, KHM Förlaget, 2010).  
Peter Schyborger kap 4 ur "Elva studier om kreativitet i musikproduktion", (Jan-Olof Gullö (red), Royal College of Music, Stockholm 2017)  
Johan Redström, Making Design Theory (MIT Press 2017)

## **Att producera med andras öron**

Andreas Pejler (KMH)

Jag har hört många musikproducenter vittna om att deras musik kan låta helt annorlunda för dem när de spelar upp sina produktioner för utomstående lyssnare. Helt plötsligt kan de bli plågsamt varse om fel, vissa frekvensområdet kan sticka i öronen och baskaggeslagen kan låta lika otämjda som vildsinta hyenor. Att ens musik kan byta skepnad för en själv och låta annorlunda i ljuset av andra lyssnare, är något som kan spela stor roll för musikskapares praktik. Denna studie syftar till att kartlägga de effekter som kan uppstå när musikskapare tillika musikproducenter lyssnar på sin musik med utomstående personer. Hur den sociala situationen påverkar musikalisk preferens är underbeforskat (Hargreaves & North, 1997), och att avtäckta socio-musikaliska effekter är en nyckel till att förstå konstnärliga omdömen i vardagen. För att undersöka social inverkan på musikproducenters upplevelse av sin musik tillfrågades tio högskolestudenter i musikproduktion att lyssna på ett eget stycke musik först ensamma, och sedan en gång till med en utomstående person i rummet. Vid de två lyssningstillfällena fyllde studenterna i enkäter om hur de upplevde sin musik i fråga om både kompositoriska och tekniska aspekter. Skillnaderna i enkätsvaren som uppstod när den utomstående personen lyssnade på musiken ligger till grund för resultaten i studien, tillsammans med data från semistrukturerade intervjuer där varje deltagare ingående kunde berätta om sina upplevelser av att lyssna på sin musik med utomstående personer.

Den kvalitativa studiens resultat visar att deltagarna var särskilt uppmärksamma på fel, obalans och utstickande element i sina produktioner när de lyssnade på sin musik tillsammans med

utomstående. De upplevde sig också kunna få begrepp om helheten i sin musik med utomstående lyssnare närvarande, och de fick klarhet i vad som är viktigt för dem i musiken. Undersökningen visar också att deltagarna upplevde sin musik gå långsammare när de lyssnade tillsammans med utomstående. Denna studie hävdar att den sociala situationen som musik spelas

i kan vara avgörande för musikskapares upplevelse av sin egen musik. Undersökningen avser att bidra till förståelsen om musikalisk preferens, och tar avstamp i Musical Identities (Hargreaves, MacDonald, Miell, 2002). Därtill ställs resultaten mot tidigare forskning och teoribildning kring musikupplevelser och sociala influenser från bl.a Jørgensen (2006), Konečni (1982) & Ridgeway (1976).

#### Referenser

Hargreaves, D. J. & North, & A. (1997). *The Social Psychology of Music*. Oxford: Oxford University Press.  
Hargreaves, D.J, MacDonald, R. A. R, Miell, D. (2002). *Musical Identities*. Oxford: Oxford University Press.  
Jørgensen, E. R. (2006). *Toward a Social Theory of Musical Identities*. In B. Stålhammar (Ed.), *Music and Human Beings - Music and Identity*. Örebro: Universitetsbiblioteket 2006.  
Konečni, V. J. (1982). *Social interaction and musical preference*. In D. Deutsch (Ed.), *The psychology of music*. New York: Academic Press.  
Ridgeway, C. L. (1976). *Affective interaction as a determinant of musical involvement*. *The Sociological Quarterly*.

### **Please don't be a Wimp. Tidal-saken, ett halvt år senere**

Audun Molde (Høyskolen Kristiania & Handelshøyskolen BI)

Onsdag 9. mai 2018 publiserte den velrenommerte norske avisa Dagens Næringsliv (DN) en omfattende sak som skulle vise seg å være den største skandalen hittil i streaming-økonomien: Etter et halvt års journalistisk arbeide i samarbeide med dataanalytikere fra Center for Cyber and Information Security ved Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet (NTNU), hevdet DN at Tidals data var manipulert til fordel for to utgivelser: Beyonce's «Lemonade» og Kanye West's «The life of Pablo». Med rundt 320 millioner «falske avspillinger» økte disse rettighetshavernes markedsandel på bekostning av andres. Begge disse artistene er medeiere i selskapet som eier Tidal, og disse to utgivelsene ble først lansert eksklusivt på Tidal med stor presisjon for selskapet. Saken vakte stor internasjonal oppmerksomhet. Tidal ble i Norge anmeldt til politet ved Økokrim, først av TONO, og deretter også av Gramart (artistforening), FONO (forening for norske plateselskaper) og MFO (musikernes fagforening). Tidal på sin side avviste alle anklager som grunnløse, og satte deretter i gang intern granskning.

Et halvt år senere oppsummerer vi, og spør: Hva vet vi nå? Hvordan har bransjen, låtskriverne og artistene respondert? Hva har vi lært av Tidal-saken? Og i et større perspektiv – ti år etter at Spotify lanserte musikk-streaming for et bredt publikum: Hvordan ser streaming-markedet ut i dag, og hva er de viktigste scenarioene framover?

Jeg vil i mitt innlegg forsøke å analysere og reflektere over dette basert på debattene som har foregått både i bransje og academia, med historisk bakteppe i min nye bok POP. En historie (Cappelen Damm 2018).

#### Referanse:

<https://www.dn.no/staticprojects/special/2018/05/09/0600/dokumentar/strommekuppet/>  
<http://www.ballade.no/sak/ikke-vaer-pyse-tidal/>

## **Gör det själv! *DIY-kulturen inom musikvarumärkeskedjan: möjliggörare eller chimär?***

Jessica Edlom (Karlstads universitet)

I en snabbväxande medievärld växer det fram nya förhållningssätt, praktiker och strategier, som påverkar hela kedjan i musikbranschen. Idag går det att skapa musik, släppa och marknadsföra den utan skivkontrakt, spelning i radio, bra recensioner etc. Med plattformar för strömmad musik och sociala medier kan både nya små och stora etablerade artister styra mer själva; skapa sitt eget innehåll och egna konversationer med sina målgrupper/publiker. Men när det släpps 30 000 nya låtar om dagen på Spotify: hur lätt är det egentligen att nå fram till rätt publik, särskilt som liten, oberoende artist? I denna studie undersöks hur digitala medier påverkar relationen mellan artist, management, skivbolag och strateger främst i arbetet med marknadsföring och kommunikation och behovet av att ens ingå i en sådan kedja. Intentionen är att synliggöra maktförhållanden inom musikvarumärkeskedjan – vem styr varumärkesbilden kring en artist idag? Tidigare var skivbolag och traditionella medier gatekeepers mellan artisten och publiken. Spelar musikbolagen fortsättningsvis en avgörande roll i vilken musik som uppmärksammas idag, eller har makten förskjutits? Den ofta väldigt positiva diskurs som finns runt DIY-kulturen är att den skapar oberoende och autonomi för artister, men kan verkligen en artist göra allt själv och klara sig själv i skapande och spridning av musik? I så fall: vilka kompetenser och färdigheter krävs för att lyckas nå ut med musik?

Denna studie utgår från ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv och undersöker relationer och praktiker i musikvarumärkeskedjan och i det digitala landskapet. Det är ett försök att synliggöra och ifrågasätta maktstrukturer och kunskapsfält som påverkar artisters och musikaktörers praktik. Studien är kvalitativ och bygger på intervjuer med aktörer inom musikbranschen; från nystartade, oberoende aktörer till management, musikbolag och strateger. I nästa steg kommer en etnografisk studie göras, där tanken är att följa arbetet kring musikvarumärken på olika nivåer.

Key words: Do-it-yourself/D.I.Y, digital communication, branding, music industry

## **Breaking new ground: *Ten intrapreneurs in Swedish Cultural Institutions***

Staffan Albinsson (Göteborgs universitet)

There are two opposite kinds of cultural institution managers when it comes to organisational innovation. Neither of the two sorts are idle people. But what their energy is wasted for is radically different. One sort indulge themselves in their lofty importance as top-rank public servants. They may have reached the dream position of their early career aspirations. Now it is time to harvest the social status and the personal bliss that, reputedly, come with the office. Their main strive is then to maintain that exact glory and not jeopardize it with innovative work. Lately we have seen this perspective at its most uttered form among members of the Swedish Academy, the deciding body for the Nobel Prize in Literature, during the aftermath of a #metoo-crisis. The other opposite kind of cultural management officials are not satisfied until they have lifted every stone in search for innovation opportunities in order to improve the future position of their organisations. They are entrepreneurs, rather than officials, in heart, spirit and action. Some fail. Some achieve futile changes. But some do change their organisations essentially. Who are they? Why did they succeed?

Most of us who work or have worked in public non-profit Swedish cultural institutions based on tax funding (national, regional or municipal) find ourselves somewhere along a continuum, fig.11. Most likely in a cautious incremental developer position. This paper deals with those rare souls who have accomplished more radical change. For some this has been accomplished by the sum of many bold incremental innovations. A few have more radically explored new territories for their organisations.

**Figure 1. The administrator - innovator continuum of cultural managers**

<b>The preservative official</b>	<b>The incremental developer</b>	<b>The radical innovator</b>
cherishing the established position of the organisation and aspiring status quo	finding step-by-step-wise possibilities for the adjustment of their organisations to the societal or artform/cultural zeitgeist	breaking new and more fertile ground for their organisations resulting in new and leveraged institutional positions

Stories of ten such Swedish cultural entrepreneurs in tax-funded public cultural organisations will be rendered here.

The interviews/interviewees will be analysed according to

1. A basic understanding of how corporate entrepreneurs enter their organisations: 1. unfolded entrepreneurial capacity after being recruited, 2. strategic choice of employer for the implementation of an idea/opportunity or 3. recruited with proven skills as entrepreneurs.
2. A classification of innovator managers inspired by Loewe et al. (2001).
3. The four perspectives of cultural entrepreneurship suggested and used in two previous papers (Albinsson 2017, Albinsson 2018)
4. Arjo Klamer's (2011) characteristics of the cultural entrepreneur
5. Maureen McKelvey and Astrid Heidemann Lassen (2013, 30) characteristics of the entrepreneurial individual

The first analysis perspective will be covered in the individual respondent presentations. The rest will be analysed in separate sections.

## Reference

- Albinsson, Staffan. 2017. 'What is so "cultural" about cultural entrepreneurship?', *Essays in Economic and Business History*, Vol 35 (1), 365–390
- Albinsson, Staffan. 2018. 'Sing it out loud! - entrepreneurship in SME operas in Scandinavia', *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, published on-line, forthcoming in a printed volume Garvin, David A. and Lynne C. Levesque. 2006. Meeting the Challenge of Corporate Entrepreneurship, *Harvard Business Review*, Vol. 84 (10), pp. 102 – 112.
- Klamer, Arjo. 2011. Cultural entrepreneurship, *The Revue of Austrian Economics*, Vol. 24 (2), 141–156
- Loewe, Pierre; Peter Williamson and Robert Chapman Wood. 2001. 'Five Styles of Strategy Innovation and How to Use Them', *European Management Journal*, Vol 19 (2), 115–125
- McKelvey, Maureen and Astrid Heidemann Lassen.

## **Killing pop music softly? En undersökning om upplevelsen av kulturpolitik och stödstrukturer inifrån den lokala musikindustrin i Värmland 2017.**

Mia Toresson Runemark (Karlstads universitet)

Sedan populärmusiken kom och senare gjorde sin entré inom forskningsfältet medie- och kommunikations-vetenskap har fältet vidgats genom att ett helt nytt lager av värdeskapare har adderats in i medieindustrin. Genom dem och deras verk så är industrin fortfarande djupt involverad i hur vi tolkar och förstår vår samtid och världen vi lever i. Den har försett oss med fler nyanser, ett mer diversifierat, experimentellt och spännande spektrum att se världen igenom, än vad vi hade tidigare. För att säkerställa att kulturen är en arena och grogrund som stimulerar till nya uttryckssätt och mångfald, har vi kulturpolitiken. Sedan samverkansmodellens införande (2013) även på regional nivå i de flesta län, vars uppgift är att vara den nationella kulturpolitikens förlängda arm ute i landet men med möjlighet att anpassa efter lokala behov. Grunduppdraget kvarstår dock, att stötta kulturyttringar som har svårt att överleva på marknadens villkor. I de samtal jag haft med musiker och andra aktörer inom musikindustrin, och då speciellt inom populärmusik-genren, slogs jag av att avsaknaden av stöd frekvent kom upp. Vilket fick mig att jämföra vad kulturplanen i Värmland uppgav att den stöttade, med hur lokala aktörer inom musikbranschen upplevde stöd. Resultatet visade att kulturplanen tydligt uttalar vikten av att

stötta bredd och mångfald, samtidigt visade mina intervjuer med aktörer inom musikbranschen på motsatsen – avsaknad av stöd. I princip helt.

Stödet verkar istället gå till de traditionella finkulturella kulturinstitutionerna, vilket kan riskera att leda till likriktning och ett kulturskapande som allvarligt avsmalnar gällande vilka perspektiv, erfarenheter och berättelser som får komma till uttryck. Här behöver kulturpolitiken en ändrad riktning där populärmusikens möjligheter lyfts på agendan och ges samma möjligheter som den mer traditionella.

**Keywords:** *kulturpolitik, populärmusik, populärkultur*

## **Artificiell intelligens och musikskapande - en översikt**

Daniel Johansson (Linnéuniversitet)

Redan den grekiske filosofen Pythagoras förklarade i sina offentliga tal att "*musik är omöjligt att separera från siffror*". Han menade att musiken var det viktigaste verktyget för att kunna manifesteras både det andliga och det fysiska universumet. Musik var för Pythagoras representationer av den lagbundenhet som finns i naturen, harmonin i kosmos blev tydliggjord och verksam genom musikens matematik.

Under medeltiden använde sig flera kompositörer av en form av algoritmbaserat och matematiskt musikskapande. Mozart introducerade tekniken att skapa en stor mängd kortare musikfragment för att sedan blanda dem, ungefär som en kortlek. Han valde sedan slumpmässigt ut kombinationer av de kortare fragmenten och lät därmed "algoritmen" ligga till grund för de nya musikstyckena. Beslutet över det slutliga musikstycket gjordes därmed inte av kompositören själv, utan av "universum".

Ada Lovelace, som av många betraktas som den första programmeraren av datorkod, skrev 1842, för över 175 år sedan: "*Den analytiska maskinen skulle kunna arbeta med andra ting vid sidan om tal, objekt vars ömsesidiga grundläggande relationer kunde uttryckas genom abstrakta vetenskapliga operationer, vilka*



*också kan vara mottagliga för förändringar i hur maskinen hanterar de olika operationerna och i dess mekanism. Anta, för ett ögonblick, att de fundamentala relationerna mellan specifika ljud i den vetenskapliga harmonin och musikskeppandet var mottagliga för ett sådant uttryck och sådana förändringar. I så fall skulle maskinen kunna komponera invecklade och vetenskapliga musikstycken av vilken komplexitet eller längd som helst."*

Själva idén om att låta matematiken och maskinerna skapa musik är följaktligen långt ifrån ny. I takt med att de första datorerna gjorde entré på de större universiteten under 1950-talet, samtidigt som Alan Turing publicerade den banbrytande artikeln "Computing Machinery and Intelligence", var det också flera forskare som insåg att datorerna skulle kunna användas för att skapa musik.

En av de viktiga tidiga personerna i utvecklingen av datorgenererad musik var Lejaren Arthur Hiller, född 1924 i New York, och som redan som litet barn lärde sig spela piano, klarinett, saxofon och oboe, av sig själv. Tillsammans med Leonard Isaacson ägnade han flera år under 1950-talet på University of Illinois åt att försöka få en dator att skapa musik, och till slut kunde de släppa Illiac Suite år 1956, komponerad av datorn Illiac, ett musikstycke bestående av fyra delar. Det är det första musikstycket som kan sägas ha blivit skapat av artificiell intelligens.

De fyra delarna av sviten bestod egentligen av fyra experiment. Det första testade om datorn kunde skapa en polyfonisk komposition, det andra om datorn kunde skapa nya regler baserat på den inmatade informationen, det tredje fokuserade på rytm och dynamik medan det fjärde experimentet testade olika modeller för Markovkedjor.

Redan då, för över 60 år sedan, visade det sig att arbetet skulle bli kontroversiellt. I ett pressmeddelande från universitetet sägs: "*A music suite composed by an electronic brain was introduced by a string quartet last night, but some listeners did not dig the beat. "Why, it does away with the need for human composers", one woman music love remarked glumly, another listener said the final movement of the composition sounded lika a "barnyard". Others among the audience at the University of Illinois appeared resentful throughout the 15-minute rendition*".

Metoden som användes byggde på tre steg, som i mångt och mycket fortfarande är själva grunden för hur datorer och AI skapar musik:

1. Lägga in en större mängd råmaterial, d.v.s. skapa rätt förutsättningar för programmet genom att mata in stora mängder ljud, loopar, samplingar, hela musikstycken osv,
2. Skapa funktioner som gör att programmet självt kan välja ur råmaterialet och producera nya kombinationer, endera utifrån förutbestämda kriterier eller genom inlärning med hjälp av artificiella neurala nätverk, Markovkedjor, NLP, hierarkiska och kognitiva strukturer,
3. Välja ut de bästa resultaten som programmet skapar, d.v.s. den slutliga urvalsprocessen hamnar nästan alltid hos de människor som utvecklat, eller använder, programmet.

På 1950-talet kunde självklart datorerna inte hantera ljud på samma sätt som idag, varför Illiac snarare fick jobba med abstrakta symboler som råmaterial. Men principen som sådan gäller fortfarande idag, det handlar om att mata datorn med en stor mängd råmaterial, för att sedan instruera datorn hur den ska lära sig att använda råmaterialet och skapa något nytt, för att slutligen välja ut det som vi människor anser vara de bästa resultaten.

Idag finns det ett tjugotal kommersiella plattformar som använder sig av maskininlärning, deep learning, AI, för att skapa musik. Bland dem finns t.ex. Flow Machines, Amper Music, Landr, Jukedeck, Melodrive, IBM Watson Beat, Google Magenta NSynth, AIV, Iamus. Förutom dessa

finns det ett antal plattformar som använder sig av tekniken för att hitta ny musik och talanger på streamingtjänster och sociala medier, som t.ex. Amuse.io, Sodatone, Snarfu Records, WeAreInstrumental, Asaii.

Teknikutvecklingen har gjort att en del känner sig oroade. Bland frågorna som ställs finns: Kommer vi behöva mänskliga kompositörer i framtiden? Behöver vi veta när musik är skapad av människor eller av AI för att ha någon form av ny kvalitetssäkring för människoskapad kultur? Kommer AI ta över även andra roller i musikbranschen, såsom t.ex. producenter, mästare, musiker, marknadsförare, spellistemakare? Och en av de viktigaste frågorna är självklart: Klarar upphovsrätten av att hantera AI-skapad musik? Om inte, vilka förändringar behöver göras?

## **Where Do We Go From Here? The Future of Composers in the Post-Digital Era**

Lars Bröndum (Högskolan i Skövde)

The aim of this paper is to discuss some of the effects digitalization has had on the daily life of composers. In the last decade legal streaming services and music download services has replaced much of the illegal file sharing. The digitalization also has changed the way we create music. For example, music software has become very sophisticated and affordable. The Internet has opened up new possibilities for marketing music, potentially selling music all over the world. With these fantastic advances of technology it is paradoxically harder than ever to live on music. The first part of this chapter is a short background examining some opposing views on what music is, what a composition is, and how to define a composer in a pre/post digitalization context. The second part presents interviews with four contemporary independent Swedish composers. The interviews focus on questions relating to marketing, economy, community and the music industry's possible future in the postdigital era. The musicians that were interviewed represent a wide span of music genres; pop music, free improvisational music, electroacoustic music and computer game music.

## **Opportunities of artificial intelligence for folk music and beyond**

Bob Sturm & Oded Ben-Tal (Kingston University & KTH)

Since 2015, we have been studying the application of statistical machine learning to modelling and generating melodic transcriptions. Our primary training data include transcriptions of traditional folk tunes coming from Ireland, the UK, and France. The result is a computer model that can generate new tunes that share many characteristics of the originals. The main research questions we pose are: So what? What does it matter that we now have 100,000 new tunes generated by our model? To whom does it matter, and in what ways? How can such a model be used to study music, make new music, and what are the relationships between the new tunes and the tradition it is based on? Since we are not the first to apply artificial intelligence to music -- a story stretching back to research in the late 1950s -- what exactly are we contributing?

To begin to answer these questions we have been organising public concerts and workshops with the participation of professional musicians using our computer models. These include folk musicians from the traditions we have been working with. They have performed melodies generated by our model alongside tunes from its training data. We also invited several improvisors to engage and present their interpretations of the outputs of our model. We are also researching the application of our system to co-creating music. Several musicians have used our

system in different ways to compose new pieces in different musical idioms. We recently developed a web-based interface allowing other users to creatively explore our model (<https://folkrrn.org/>). We are currently running a composition competition inviting musicians to creatively work with our online tool to compose a new piece (<https://folkrrn.org/competition/>). The winner will be announced in September and the winning piece will be premiered in a public concert the following month.

### **First Wednesday in July**

Hällbus Totte Mattsson, Henrik Carlsson & Axel Grigor (Högskolan Dalarna)

Audiovisuell gestaltning av Bingsjö Spelmanstämma genom användning av virtual reality (VR) och surround-ljud.

Central frågeställning: Hur kan virtual reality och 360-graders ljud användas för att skildra kulturhistoria, förmedla musiktradition och utveckla dokumentärt bildberättande?

Projektet drivs av forskare vid Högskolan Dalarna (konstnärlig lektor Axel Grigor och Professor Hällbus Totte Mattsson) i samarbete med Bingsjöstämman, Folkmusikens Hus, Film i Dalarna, Faraway Productions Pty Ltd (Australien) och Honey Pot Film Productions.

### **Folkmusik 360°: *Immersive videos in traditional music***

Rydberg Josephine & Esbjörn Wettermark (Landstinget Gävleborg)

In the autumn of 2017, cross-media consultant Josephine Rydberg and I began work with a new immersive music education tool for traditional music and song from the Hälsingland province in Sweden. In collaboration with singers and musicians connected to two of Hälsingland's folk festivals we recorded six 360-degree videos with music, lyrics and chord supplements. The aim was to see how this technology could be used as a functional tool for people wanting to learn folk music by ear, but who (for various reasons) might not yet feel comfortable in joining in at a festival jam-session. The three songs and three instrumental tunes, each with arrangements, can be described as play-along-videos for VR-headsets (for example the cheap Google Cardboard) using an ordinary smartphone with a YouTube-app. During the spring and summer of 2018 we let singers and musicians try the videos at several festivals and conferences with overwhelmingly good responses. Since June 2018 the material can be accessed through a creative commons license on [www.regiongavleborg.se/folkmusik360](http://www.regiongavleborg.se/folkmusik360). With a practical demonstration of the

“Folkmusik 360°” project, this presentation will consider the possible pros and cons of 360° videos as an educational tool and its potential for documentation of performers and dissemination of repertoire. Drawing on the work of Katie Newton and Karin Souk (“The storytellers guide to the virtual reality audience”, 2016) as well as discussions on the application of 360° technology for documentation and ethnography (Bijun Chen, 2018; Gomez Cruz, 2017) the presentation will further position the project within recent explorations of this new technology.

#### **References:**

- Bijun Chen (2018). “Masters of Laoting Shadow Play”- Experiencing traditional art practice in virtual space. Master's thesis: OCAD University, Ontario, Canada
- Gómez Cruz, E. (2017). Immersive Reflexivity: Using 360o cameras in ethnographic fieldwork. In Edgar Gómez Cruz, Shanti Sumartojo & Sarah Pink (Eds.). *Refiguring*

## **Plantskola för vad? *Folkbildningens funktion och betydelse för fram- och återväxt inom den svenska musikbranschen***

Tobias Malm och Aron Schoug (Stockholms universitet)

Den svenska populärmusikens starka ställning både nationellt och internationellt kan delvis sättas i samband med folkbildningen. Offentliga bidrag för studiecirklar och kulturarrangemang har i praktiken inneburit att studieförbunden alltsedan 1980-talet har kunnat erbjuda framväxande artister och grupper mer eller mindre fri tillgång till replokaler, instrument och studios. Folkbildningens stöd har fungerat som en bottenplatta och förberedelse för många satsande musiker för att så småningom bli upplockade av skivbolag och etablera sig inom musikbranschen. Men denna verksamhet har inte stått utan kritik genom åren. Det har sagts att den skattefinansierade folkbildningen ska vara en plantskola för demokratin, inte för musikindustrin. Idag har det populärmusikaliska landskapet genomgått radikala förändringar. De senaste decennierna har skivbolag och andra "grindvakter" för brett publikt genomslag fått minskat inflytande samtidigt som att musikskapare har större möjligheter och tillgång till egen spridning, marknadsföring och professionell "hemma"-utrustning. Det talas om "demokratisering" och "avprofessionalisering" av musikbranschen där musikkariärer alltmer tycks ligga i händerna på artisterna själva. Vi frågar oss därför vilken relevans folkbildningsverksamheten har för fram- och återväxt av populärmusik idag samt hur detta förhåller sig till folkbildningens politiska samhällsuppdrag.

I denna presentation fokuserar vi på hur studieförbunden arbetar gentemot rockband, hur musikhandläggare ser på sitt arbete samt vilken reell betydelse detta har för banden. Med utgångspunkt i analyser av intervju- och observationsmaterial menar vi att det finns skäl att förstå folkbildningens funktion i ett nytt ljus. Genom materiellt stöd och karriärcoachning upplever sig folkbildningen nu ha tagit över skivbolagens gamla roll. En väsentlig skillnad är dock att folkbildningen i hög grad inriktar sig mot att främja bandens förmåga till entreprenörskap och kontroll över sin karriär. Därför menar vi att denna utveckling å ena sidan aktualiserar folkbildningen som en betydelsefull samhällsresurs för fram- och återväxt inom en musikbransch i förnyelse. Å andra sidan ser vi också begränsningar för hur "folkbildningsmässig" denna verksamhet kan vara. Främjande av självständigt deltagande i kulturlivet har givetvis potential för samhällssynergier. Men deltagarna utgörs alltjämt av en relativt homogen och resursstark medelklass som söker sig till folkbildningens tjänster när de upplevs tillräckligt attraktiva för att stödja det musikliv de ändå ägnar sig åt.

## **Evolving musical *Bildung* in streaming media – *Spotify as a case: Reflections upon a pilot study***

Cecilia Ferm Almqvist, Niclas Ekberg & Susanna Leijonhufvud (Luleå tekniska universitet)

The presentation will share experiences of and reflections upon a pilot study based on stimulated recall interviews aiming to explore the meaning and function of streaming media as a facilitator of musical *Bildung*. It can be stated that new technology has the possibility to provide information and education for everyone. Today, most people can access the same information for "free", which is interesting from a democratic perspective. Access to music in relation to the new, transformed music industry has been studied from technological and economical

perspectives. Even listening habits and listening frequencies, have been investigated through analyses of Big Data. Hence, we stated a need to reflect upon and discuss the meaning and function of streamed music in people's lives, taking as a starting point the affordances and constraints of the music streaming services. Using Spotify as a case, based on phenomenological perspectives of Bildung, a cross disciplinary project was created. In the presentation we want to answer share preliminary results from a pilot stimulated interview study. A netnographic oriented approach where chosen, given its focus on distinguishing meanings and human practice in varied contexts, and combined with shadowing and individual interviews, supported by stimulated recall. The participants gathered their user activities that took place during a limited period of time, and also in what ways these were shared and expressed in varied social media. The stimulated recall interviews were documented through the use of a web based videoconference application, transcribed and subjected to qualitative content analysis. The paper presentation aims to share and discuss the use of methods as well as preliminary results, which hopefully can contribute with insights when it comes to how streamed music functions, and can be used consciously, within the field of music education.

### **The Equaliser. A way to Amplify Artistic Resonance and Reduce Mental Dissonance in Artistic Processes**

Anna-Karin Gullberg & Susanna Leijonhufvud (Luleå tekniska universitet)

This presentation will account for The Equaliser which is a research project, close to practise and education, that aims to amplify artistic resonance and reduce mental dissonance in artistic processes among students at the Piteå School of Music affiliated to Luleå University of Technology. The particular research question that the Equaliser will try to look into is: How can we aid musical artists to cope and master their emotional and mental dissonances in order to empower their creative and artistic processes? The project acknowledges the DIY (Do It Yourself) culture and are therefore oriented toward current available democratized every day technology such as digital technology for amplifying, instrumenting, and manipulating outcomes, also artistic ones. An area of interest is therefor to investigate how and to what extent transformative technologies can develop and optimize artistic processes in a DIY culture within higher music education. In the area of transformative technology such as apps, headsets and computer based systems for reading bodily biorhythms and high tech optimizing technologies in the health, sport and adventure sectors are filling personal curiosity and needs. This kind of biofeedback system could be of interest in supporting students knowing about their inner physiological as well as psychological state and its correlation to experienced wellbeing. The project with The Equaliser is based on consisting work with different types of transformative technologies such as meditation, imaginary technics, guided meditation e.g. for inner mental balance. This is combined with biofeedback provided by mainly two different devices (i) measurement of heart rate variability (HRV) via the mobile application of the HeartMath and (ii) measurement of bodily movements of breathing feedbacking the breathing rhythm via light and warmth a technique aided by the SomaMat. These somewhat different biofeedback techniques will then be synthesized via individual questioners and group dialogues in order to develop knowledge about and consciousness of what this new technology can offer this particular group of musicians regarding amplifying their artistic resonance and reducing their mental dissonances.