

Södertörns högskola | Institutionen för Kommunikation, medier och IT
Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik C | Vårterminen 2011
Programmet för Journalistik och multimedia



Musikjournalisternas nya roll

– i den svenska dagspressen

Av: Johannes Nylander, Christian Ploog
Handledare: Jan-Olof Gullö
Examinator: Maria Z Roxberg

Abstract

Denna uppsats undersöker hur svenska musikjournalisters roll gentemot sina läsare påverkats av internets utbredning och den ökande fildelningen i samband med den digitala och tekniska utvecklingen. Genom fem kvalitativa intervjuer med musikjournalister från de fyra största tidningarna i Sverige: *Dagens nyheter*, *Svenska dagbladet*, *Aftonbladet* och *Expressen*, undersöks hur musikjournalisterna själva uppfattar denna utveckling. Med utgångspunkt i teorin om agenda-setting har resultatet sedan analyserats och diskuterats. Slutsatsen är att musikjournalisternas makt gentemot sina läsare har minskat det senaste decenniet. Läsarna ser inte längre musiksidorna i dagspressen som lika viktiga för deras musikkonsumtion. Musikjournalisternas arbete har också underlättats då tillgängligheten på information blivit större på internet. Samtidigt är en konsekvens av den tekniska utvecklingen att det produceras och sprids mer musik i dag än någonsin tidigare, vilket gjort musikscenen svår att överblicka samt medfört en ökad arbetsbörda för musikjournalisterna när det gäller att hålla sig uppdaterade inom sitt område.

Nyckelord: agenda-setting, digitalisering, fildelning, musikjournalister, musikjournalistik

Innehållsförteckning

1	Inledning	5
1.1	Bakgrund	6
1.3.1	Internets utveckling och medieindustrin	6
1.3.2	Musikens betydelse för människor	6
1.3.3	Begreppsdefinitioner	7
1.2	Syfte	8
2	Tidigare forskning	9
2.1	Forskning om musikjournalistik	9
2.2	Fildelningens effekt på musikspridningen	9
3	Teori	11
3.1	Dagordningsteorin (The Agenda Setting Theory)	11
3.2	Sammanslagning av dagordningen	11
3.3	Frågeställningar	12
4	Metod och urval	13
4.1	Den kvalitativa intervjun	13
4.2	Urval och avgränsningar	14
4.3	Intervjupersoner	15
4.4	Genomförande	16
4.5	Databearbetning	16
4.6	Etiska problem	17
5	Resultat och analys	18
5.1	Intervjuresultat tema ”Roll”	18
5.1.1	Analys tema ”Roll”	23
5.2	Intervjuresultat tema ”Form”	25
5.2.1	Analys tema ”Form”	28
5.3	Intervjuresultat tema ”Framtid”	29

5.3.1	Analys tema "Framtid"	31
6	Diskussion och slutsatser	32
6.1	Vidare forskning.....	34
7	Källförteckning	36
8	Bilagor	38
8.1	Frågemanual	38
	Tema 1: Roll	38
	Tema 2: Form	38
	Tema 3: Framtid	39

1 Inledning

På 1990-talet kunde en svensk musikjournalist åka till London över en helg, köpa några nya musikalbum och sedan vara först med att berätta om dem för de svenska musikkonsumenterna. Eftersom albumen ofta var okända för den svenska publiken blev musikrecensentens texter en slags kanal för tidningsläsarna till ny musik. Sedan slutet av 1990-talet har emellertid den tekniska utvecklingen förändrat detta arbetssätt för musikjournalisterna. Fildelningsprogram, som möjliggjorde en global spridning av till exempel musikfiler, började bli mer vanligt i Sverige runt millennieskiftet. Detta har gjort att tillgången till all världens musik sedan dess ökat konstant. Ungefär runt samma tidpunkt började också Sveriges bredbandsnät byggas ut ordentligt. Dessa två komponenter har gemensamt bidragit till att nedladdningstjänster, och på senare år även streamingtjänster, gjort en stor del av musikutbudet snabbare och enklare för människor att hitta och konsumera genom sina hemdatorer. I dag har människor möjlighet att läsa en musikrecension i en tidning och sedan nästan omedelbart via hemdatorn lyssna på det album de blivit nyfikna på.

Den tekniska utvecklingen inom dator- och musikbranschen har också gjort det betydligt enklare och billigare att spela in egen musik. Samtidigt har spridningen av musiken underlättats av digitala tjänster såsom Myspace, Spotify och Itunes.

Man skulle kunna säga att den digitala utvecklingen vänt på rollerna. I dag är det läsarna som först hittar den nya musiken och musikjournalisterna som försöker hålla jämna steg. Men hur har detta påverkat musikjournalistens och recensentens roll gentemot sina läsare, en roll som tidigare mer handlade om att hitta, välja ut och tipsa om ny musik som musikjournalisterna ansåg vara relevant? Hur förhåller sig musikjournalisten och recensenten till läsarna i dag jämfört med tidigare? Den sjunkande skivförsäljningen har också påverkat artisternas inkomst. Många artister måste nu i större utsträckning livnära sig på konserter, företagsspelningar och reklam. Hur har detta påverkat frekvensen av till exempel recensioner av liveframträdanden i tidningarna? Denna uppsats söker svar på dessa frågor.

1.1 Bakgrund

1999 skapades fildelningsprogrammet Napster och blev det första i sitt slag som lyckades få en stor mängd användare. Andra liknande tjänster dök inom de närmaste åren upp i form av program som Kazaa och Direct Connect vilka möjliggjorde en ökad spridning av musikfiler i Sverige. Den musikintresserade kunde nu gratis få tillgång till en stor del av världens musik via hemdatorn, vilket fick till följd att skivförsäljningen började sjunka. Mellan 1998 och 2008 sjönk skivförsäljningen 41,5 procent, enligt statistik från skivbolagens egen branschorganisation International Federation of the Phonographic Industry (ifpi.se, 2011).

Däremot har den digitala musikförsäljningen stadigt ökat sedan IFPI började inkludera nedladdningssiffror år 2006. Enligt IFPI:s årliga undersökning för år 2010 hade den digitala musikförsäljningen ökat med 83 procent jämfört med året innan (ifpi.se, 2011).

Även andra undersökningar visar hur musikindustrin förändrats de senaste tio åren som ett resultat av den utvecklade digitala tekniken att lagra, distribuera och dela musik. Intäkterna för inspelad musik har rasat samtidigt som de totala intäkterna för liveföreställningar ökat (Johansson & Larsson, 2009:1).

1.3.1 Internets utveckling och medieindustrin

Den ökade digitaliseringen är en konsekvens av internets snabba tillväxt. Antalet servrar ökar ständigt och i snabb takt vilket enligt Jostein Gripsrud vittnar om nätets samhällsförändrande potential. Han kallar det ett ”elektroniskt grundat samhällsområde” (Gripsrud, 2002:333) som innefattar ofattbara informationsmängder som gjorts tillgängliga genom några enkla tangenttryckningar. Internet är inte bara ett medium utan ett multimedium där allt från text, bild och ljud förmedlas och förenas på en plattform där nästan allt kan bedrivas, till exempel medie- och musikdistribution. Digitaliseringen har även påverkat själva medieindustrin. Bara det senaste decenniet har digitaliseringen av medieproduktionen och distributionen, tekniska innovationer och förändrade konsumentbeteenden påverkat och ändrat förutsättningarna för den traditionella mediemarknaden (Hvitfelt & Nygren, 2008:112). Pappersupplagorna för de största tidningarna i Sverige har de senaste åren ständigt gått ned (ts.se, 2011).

1.3.2 Musikens betydelse för människor

Vad finns det då för poäng med att undersöka hur musikjournalistens roll förändrats i detta

nya digitala medielandskap? Även om internet allt mer domineras av extremt kapitalstarka kommersiella aktörer har det också ”drag av att vara ett slags fristad för en decentraliserad internationell kommunikation” (Gripsrud, 2002:337). I musikjournalistikens fall kan denna fristad motsvara musikbloggarna som blivit fler och fler. Dessa musikbloggar är ett exempel på att musik, och vägledning till densamma, har betydelse för många människor. De smakomdömen som vi gör på livets alla områden positionerar oss själva i det sociala rummet. Pierre Bourdieu menade att åtskillnader och bedömningar av olika typer av kultur ”fyller en viktig funktion för klassamhällets maktordning, i och med att de legitimerar distinktioner mellan olika grupper av människor.” (Lindgren, 2009:34).

Även Gripsrud är inne på musikens betydelse för människor när han gör ett resonemang om identifikation. Identifikationsformer kan vara medvetna (till exempel en persons strävan efter att vara som sin idol) och omedvetna (till exempel barn som identifierar sig med sina föräldrar). En idoldyrkan kan ligga någonstans mitt emellan dessa två former av identifikation. Människors identifikationer, som är av en förebildlig typ av till exempel en popidol, spelar en viktig roll i människors förhållande till mediernas texter och deras framställning av dessa idoler (Gripsrud, 2002:29).

1.3.3 Begreppsdefinitioner

När digitaliseringen som begrepp förekommer i denna uppsats menas den utveckling som skett genom den digitala omvandlingen och spridningen av musik. Eftersom allt mer musik omvandlas till samt konsumeras i digital form har också spridningen av musik genom internet ökat. Detta har skett genom fildelning samt ett ökat användande av internet i Sverige sedan fildelningsprogrammen slog igenom ordentligt 1999. Denna utveckling har också inneburit en ökning av texter och material om musik i form av musikbloggar och musiksajter.

När vi talar om den tekniska utvecklingen i denna uppsats menar vi de tekniska framsteg som gjorts i Sverige det senaste decenniet inom IT-teknik och som inneburit att gemene man fått tillgång till snabbare internetuppkoppling, förbättrade fildelningsprogram samt datorer med bättre prestanda.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur musikjournalisternas roll förändrats i och med den digitala och tekniska utvecklingen, i form av fler källor till information och en ökad fördelning. Genom kvalitativa intervjuer med fem musikjournalister från fyra dagstidningar lyfts deras egen syn fram på hur deras roll förändrats i sammanhanget. Avsikten är att genom dessa kvalitativa intervjuer undersöka hur musikjournalisterna upplever hur den digitala utvecklingen påverkat utrymmet och formen i tidningarna för recensioner av musikalbum respektive liveframträdanden. En sista föresats med denna uppsats är att ta reda på vad musikjournalisterna själva har för tankar om hur musikjournalistiken kommer att se ut i framtiden.

2 Tidigare forskning

2.1 Forskning om musikjournalistik

Det har tidigare gjorts ett flertal studier inom ämnet musikjournalistik. Kristina Widestedt undersöker hur musikjournalister skrivit konsertrecensioner i dagspressen under två sekler. Resultatet beskriver bland annat musikkritiken som en maktrelation mellan kritiker, konsertbesökare, musiken och tidningsläsaren. Musikjournalisterna i mitten av 1990-talet började skriva sina texter med större stilistisk självmedvetenhet. Tidigare var målet att marknadsföra musiken och tidningen, nu introducerades även aspekten att marknadsföra sig själv som skribent. Målet för journalisten blev då att tydligare profilera sig som musikjournalist för att stärka sitt eget varumärke och göra reklam för sig själv hos andra arbetsgivare (Widestedt, 2001:147,151).

Kulturskribenten och doktoranden Erik Wallrup skrev 2008 en artikel i tidskriften *Nutida Musik* om musikkritik. Där tog han bland annat upp problematiken med tillflödet av yngre skribenter. Det är i dag vanligare att hyra in frilansjournalister än att ersätta en nyligen pensionerad musikkritiker med ännu en fast tjänst. Detta tar bort en del av tryggheten som en fast tjänst medför. ”En anställd kritiker kan tvinga igenom en bevakning som inte följer publikantalet utan estetiska kriterier” (Wallrup, 2008:7).

2.2 Fildelningens effekt på musikspridningen

Det finns även studier som visar tendenser som pekar på att en del skivbolag går i en riktning mot att bli mer som ”musikbolag”, där inte bara albumutgivningar står i centrum. Det blir också viktigare att nå ut med musik till konsumenterna via olika nätverk på internet samt vid konserter och festivaler (Larsson, 2009:36).

Mer djupgående studier av fildelningens effekt på musikspridningen och artisters försäljning har också gjorts. David Blackburn talar om olika effekter som detta kan ha, och urskiljer

framför allt två konkurrerande effekter på musikförsäljningen som tillgången på musik genom fildelningen har. Den ena är en direkt utbyteseffekt (direct substitution effect) på musikförsäljningen, när vissa konsumenter laddar ner snarare än att köpa musik. Den andra är en medvetenhetseffekt (awareness effect) som ökar vissa artisters försäljning eftersom spridningen av deras musik bidrar till att göra artisterna mer välkända (Blackburn, 2004:10-13).

Någon undersökning om hur denna expanderade fildelning, denna ökade tillgänglighet av musik i och med digitaliseringen, har påverkat musikjournalisterna i deras arbete och roll gentemot sina läsare har ej tidigare gjorts. Därför fyller denna studie en viktig lucka.

3 Teori

3.1 Dagordningsteorin (The Agenda Setting Theory)

För att kunna få en ökad förståelse för hur musikjournalisternas roll påverkats av digitaliseringen av musik använder denna studie sig av dagordningsteorin. Begreppet kallas på engelska för ”agenda-setting” och kan enklast beskrivas som att medierna i samhället sätter dagordningen för vad medborgarna talar om. Ju mer medierna rapporterar om ett ämne, desto mer intressant och viktigt anses det vara bland medborgarna. Grundtanken är att nyhetsmedier indikerar till sin publik vad de viktigaste frågorna för dagen är, vilket gör att publiken uppfattar samma frågor som de viktigaste. Men detta behöver nödvändigtvis inte betyda att publiken tycker som medierna. Människor tänker alltså *på* vad de tar del av från medierna, men inte alltid *vad* de tar del av (McQuail, 2005:512). Detta dagordningssättande har också givit en grundläggande politiskt makt, en makt som just politiker och andra diverse påtryckningsgrupper vet att de kan utnyttja (Gripsrud, 2002:66).

Termen ”agenda-setting” myntades 1972 av Maxwell McCombs och Donald Shaw. Deras studie *The agenda-setting function of the mass media* handlade om hur osäkra väljare under 1968 års presidentval i Chapel Hill, North Carolina i USA påverkades av medierna i deras röstningsprocess. Resultatet visade på en nästan perfekt korrelation mellan mediernas dagordning av frågor och allmänhetens dagordning av frågor (Wahl-Jorgensen et al. 2009:147-148).

3.2 Sammanslagning av dagordningen

En vidareutveckling av dagordningsteorin kallas för sammanslagning av dagordningen (agenda melding) (Wahl-Jorgensen et al. 2009:154) och handlar om hur allmänhetens egna värderingar påverkar hur de systematiskt väljer att ta del av information. Man kan säga att medborgarna på så sätt skapar sin egen dagordning. Även om de stora och etablerade medierna ofta står för de flesta stora nyheterna, och på så sätt fastställer den allmänna dagordningen, använder många människor sig av olika webbsidor eller andra nyhetskällor som passar deras egna

åsikter och livsstil. Detta gör människor för att komplettera den bild eller uppfattning de initialt fått från de etablerade medierna, och för att hitta åsikter om saker som passar deras egna personliga ställningstaganden, förväntningar och värderingar. I takt med internets expansion har det uppstått ännu fler källor till ny information. Många av ämnena som behandlas där härstammar dock från stora etablerade nyhetsmedier som styr agendan.

Dagordningsteorin har tilltalat forskare i masskommunikation eftersom den erbjuder ett alternativ till sökandet efter vägledande medieeffekter på individuella attityder och beteendeförändringar (McQuail, 2005:513). En vanlig betingelse för dagordningsteorin är att olika massmedier tenderar att dela samma slags nyhetsprioriteringar. Denna betingelse ifrågasätts emellertid av tillgången på nya nyhetstjänster online och den utökade möjligheten för en nyhetskonsument att söka efter nyheter enligt en personlig agenda (McQuail, 2005:514).

McQuail menar att det finns en potential för internetanvändare som själva är motiverade att hitta bättre och snabbare information. Nyhetskällor på internet har gått i en riktning där de blivit mer varierande och personligt relevanta, samtidigt som internet ökat tillgången till globala nyheter och människors möjlighet att förhöra nyhetskällor själva och lära sig mer genom den interaktionen (McQuail, 2005:531).

3.3 Frågeställningar

- Hur har digitaliseringen och den ökade tillgängligheten av ny musik påverkat musikjournalisternas roll gentemot sina läsare?
- Hur har digitaliseringen och den ökade tillgängligheten av ny musik påverkat musikjournalisternas sätt att arbeta?
- Hur upplever musikjournalisterna att den digitala utvecklingen påverkat frekvensen och utrymmet i tidningarna för recensioner av musikalbum respektive livekonserter?
- Hur tror musikjournalisterna att framtiden för deras yrkesgrupp ser ut i den svenska dagspressen?

4 Metod och urval

I metodavsnittet presenteras tillvägagångssättet för hur materialet till denna uppsats har tagits fram.

4.1 Den kvalitativa intervjun

Denna uppsats baseras på en kvalitativ ansats, där kvalitativa intervjuer har utförts med aktuella musikjournalister på de största dagstidningarna i Sverige. Den viktigaste aspekten i metodvalet var möjligheten att ställa följdfrågor till intervjupersonerna för att på så sätt komma ännu närmare deras åsikter. Det finns stort utrymme för detta inom metoden för kvalitativa intervjuer. Möjligheten att ställa öppna frågor var också en viktig förutsättning för metodvalet, eftersom det underlättade för intervjupersonerna att formulera sina egna svar på frågeställningarna, samt minimerade risken för oss själva att påverka dem att svara på ett visst sätt (Johannesen & Tufte, 2003:70).

Kvale och Brinkmann menar att en av de viktigaste detaljerna att tänka på inom kvalitativa intervjuer är att visa för intervjupersonen att man som frågeställare har en grundlig kunskap om det berörda ämnet. På detta sätt vinnas en sorts respekt hos intervjupersonen som kan komma att bli en fördel för frågeställaren under intervjun (Kvale & Brinkmann, 2009:163). Detta var något som togs i beaktning i utförandet av intervjuerna. Av den anledningen inleds varje intervju med att vi till intervjupersonen kortfattat återgav huvudsyftet med undersökningen genom att ge en relevant bakgrundsinformation till frågeställningarna. Under intervjuerna ställdes också aktivt följdfrågor som visade att vi var väl insatta i ämnet.

Flertalet av de kriterier som Kvale och Brinkmann nämner för att lyckas med en god kvalitativ intervju efterföljdes under intervjuerna. Detta är viktigt eftersom det är kvalitén på de ursprungliga intervjuerna som i huvudsak avgör om forskaren kan få en god kvalitet på analysen och rapporteringen (Kvale & Brinkmann, 2009:180).

Under intervjuerna tog vi en del kvalitetskriterier i beaktning. Till exempel försökte vi ställa korta intervjufrågor och få långa intervjusvar, följa upp och klargör meningen i de relevanta aspekterna av svaren samt verifiera våra tolkningar av svaren under intervjuens lopp (Kvale & Brinkmann, 2009:180).

Den kvalitativa metoden har, liksom alla metoder, sina brister. Bland annat anklagas metoden för att vara *godtrogen*, att intervjuaren skulle ta vad intervjupersonen säger som allmän sanning (Kvale & Brinkmann, 2009:314). Detta undvek vi genom att systematiskt jämföra svaren från intervjupersonerna samt att ständigt inta ett kritiskt förhållningssätt till vad som sades. Rådde samstämmighet mellan intervjupersonerna var det emellertid lättare att dra slutsatser.

En annan kritik som kvalitativa intervjuer brukar få är att de kan vara *aretoriska*. Detta innebär att resultatet i form av den färdiga uppsatsen enbart är en tråkig sammanställning av citat (Kvale & Brinkmann, 2009:314). Detta har vi försökt undvika genom att referera till intervjupersonerna i löpande och lättläst text samt att ibland understryka resonemanget med ett kärnfullt citat. Vi har också försökt blanda och variera intervjupersonernas svar för att göra texten mer lättillgänglig och omväxlande.

4.2 Urval och avgränsningar

För att besvara forskningsfrågorna har vi valt att göra kvalitativa intervjuer med musikjournalister som är verksamma vid någon av de fyra stora dagstidningarna: *Dagens nyheter*, *Svenska dagbladet*, *Aftonbladet* och *Expressen*. För att avgränsa urvalet har vi valt att enbart använda musikjournalister som skriver för rikstäckande tidningar. Detta har vi gjort för att samtliga intervjupersoner ska ha en rikstäckande läsekrets. *Expressen* och *Aftonbladet* har länge betecknats som kvällspress, men eftersom de båda tidningarna nu för tiden även kommer ut på morgonen placerar vi även dem inom skräet dagstidningar.

Musikjournalister besitter med hög sannolikhet stor kunskap om det valda undersökningsområdet, och kan därför med hög trovärdighet besvara uppsatsens forskningsfrågor.

I valet av intervjukandidater gjorde vi ett strategiskt urval med hänsyn till ett antal kriterier som var viktiga för att få en bra bredd i intervjuvaren (Johannesen & Tufte, 2003:84). Kriterierna var att intervjupersonerna ska ha arbetat minst fem år som musikjournalist. De skulle även skriva inom musikgenrerna rock och pop. Anledningen till detta val var att vi ville ha med musikjournalister som skriver för en bred publik, och pop och rock är två musikgenrer som ofta tangerar varandra musikaliskt och faller inom samma kategori.

Vi kontaktade tio musikjournalister som uppfyllde samtliga av de uppsatta kriterierna. Hälften av dem, tre män och två kvinnor, gick med på att intervjuas. Därmed nåddes målet med att få musikjournalister från de fyra största tidningarna att medverka i uppsatsen. Kvale och Brinkmann skriver att svaret på hur många personer du behöver till en kvalitativ undersökning är: ”Intervjua så många personer som behövs för att ta reda på vad du vill veta.” (Kvale & Brinkmann, 2009:129). När samtliga intervjuer var genomförda och transkriberade bedömde vi att dessa höll en så hög kvalitet att vi kunde besvara frågeställningarna baserat på det material vi lyckats samla in.

4.3 Intervjupersoner

Här följer en kortfattad presentation av musikjournalisterna som deltog i undersökningen som intervjupersoner.

Martin Carlsson: Har sedan början av 1990-talet varit musikrecensent för genren hårdrock på *Expressen*. Han är i dag även chefredaktör för tidningen *Sweden Rock Magazine*.

Markus Larsson: Är sedan slutet av 1990-talet musikkritiker på *Aftonbladet*. Skriver även krönikor för tidningen och medverkar regelbundet i det populära webb-tv-programmet *Schulman show*.

Linnéa Olsson: Började sin karriär som musikjournalist redan vid 14 års ålder. Frilansar i dag som hårdrocksjournalist och skriver recensioner för bland annat *Svenska dagbladet*.

Nils Hansson: Musikrecensent på *Dagens nyheter* sedan många år tillbaka. Skriver även krönikor för tidningen.

Elin Unnes: Frilansar som musikjournalist för bland annat *Svenska dagbladet*. Vikarierade även för tidningen *Bon* vid intervjutillfället.

4.4 Genomförande

Vi kontaktade musikjournalisterna via telefon och lät dem själva bestämma mötesplats. Tre av intervjuerna genomfördes på plats vid intervjupersonernas tidningsredaktioner, medan de övriga två ägde rum på en pub respektive ett café. Samtliga intervjuer spelades in med en Zoom H2-ljudinspelare. Intervjun inleddes med att vi presenterade arbetet och bakgrunden till vad vi ville undersöka. Under intervjun utgick vi från frågemanualens tre olika teman. Däremot följdes inte manualens frågestruktur slaviskt, utan vi var lyhörda för vad intervjupersonen själv ville berätta. På det sättet kunde vi ställa kritiska följdfrågor på de svar som intervjupersonen gav (Kvale & Brinkmann, 2009:19). Dessutom gav följdfrågorna intervjupersonen större möjlighet att styra in samtalet på ämnen som låg utanför frågeställningarnas område, men som icke desto mindre kunde ha värde för undersökningen (Johannesen & Tufte, 2003:71). I slutskedet av varje intervju försäkrade vi oss om att alla frågor hade blivit besvarade genom att kontrollera att vi inte missat någon fråga i frågemanualen.

4.5 Databearbetning

Intervjuerna transkriberades sedan successivt under arbetets gång. De delar av intervjun som vi ansåg innehöll citat som vara relevant för vårt arbete skrev vi ut ordagrant. Dessa citat putsades sedan till, inte enbart för att göra uppsatsen mer lättläst utan också för intervjupersonernas skull. Kvale och Brinkmann framhåller att ”den ordagrant utskrivna intervjun kan framstå som osammanhängande och förvirrad och till och med tyda på lägre förståndsgåvor.” (Kvale & Brinkmann, 2009:204).

I resultatkapitlet redovisas valda delar av intervjuerna med utgångspunkt i undersökningens frågeställningar.

4.6 Etiska problem

Vi valde att publicera intervjupersonerna vid namn eftersom vi dels inte ansåg ämnet särskilt kontroversiellt och dels såg ett mervärde i namnpubliceringen för uppsatsläsarna eftersom samtliga intervjupersoner är kända inom sitt område. Enligt Vetenskapsrådets rapport om god forskningssed är namnpublicering också en fördel då det blir lättare att kontrollera forskarnas uppgifter (vr.se, 2011:68). Samtliga intervjupersoner godkände publicering vid namn.

När arbetet var färdigt utförde vi även en omfattande citatkontroll där samtliga intervjupersoner fick chansen att kommentera och godkänna sina egna citat. Alla citat blev godkända av respektive intervjuperson.

5 Resultat och analys

I detta avsnitt redovisas resultaten från intervjuerna tematiskt. De tre huvudkategorierna behandlar följande teman: roll, form och framtid. Först redovisas resultatet av varje tema, för att sedan följas upp med en analys. Metoden är vald för att göra avsnittet mer lättläst. Även de ursprungliga frågeställningarna finns kvar i texten, för att på så sätt göra det lättare för läsaren att återkoppla svaren till frågorna.

5.1 Intervjuresultat tema ”Roll”

Vad har den ökade tillgängligheten av ny musik haft för betydelse för dig som musikjournalist?

Martin Carlsson menar att det är lättare att skriva en recension i dag då det finns så mycket mer information som är tillgänglig. Att även researcharbetet underlättats en hel del på grund av internets genomslag håller Markus Larsson och Nils Hansson med om. Men Markus Larsson påpekar att det är viktigare än någonsin att också vara källkritisk till all den information som finns att tillgå på internet. Han anser att det krävs att man är noggrannare i sin research nu jämfört med tidigare.

Linnéa Olsson tycker att det ökade flödet av information innebär att det krävs mindre av musikjournalisterna nu för tiden när de skriver om musik.

– Folk tror att det inte krävs någonting för att kunna skriva om musik. Och till viss del är det ju sant. Är man intresserad och vill veta saker finns det miljarder nördar med superbra kunskap som man kan ta del av. (Linnéa Olsson)

Elin Unnes använder däremot bara internet som hjälpmedel för research om hon är tvungen att få tag i information snabbt inför exempelvis en konsert. När hon skriver cd-recensioner går hon hellre tillbaka till sin musikencyklopedi för att hitta information och får på så sätt tag i fakta som skiljer sig från den som cirkulerar på internet. Hon uppfattar informationen på in-

ternet som uppförstorad och tycker att tjänster som Allmusic.com, Spotify, bloggar och Wikipedia tillhandahåller liknande texter om artisterna.

Både Nils Hansson och Elin Unnes upplever att en negativ aspekt av digitaliseringen är att skivbolagen inte längre skickar ut alla album i fysiskt format. I stället får musikjournalisterna nöja sig med att ladda ner skivan i digitalt format. De anser att detta påverkar deras arbete då de inte längre kan bedöma hela paketet med skivans utformning och konvolut. Elin Unnes påpekar att denna förändring påverkat hennes skrivande negativt. Hon menar att ett bra eller dåligt skivomslag ofta kan säga någonting om artisten som står bakom det.

– Vissa saker förstår man inte förrän man har den fysiska skivan, man fattar först då att det är en liten berättelse, att det är en liten tecknad figur som går mellan varje låt i konvolutet. Sådan missar man helt när man bara får de digitala filerna. (Elin Unnes)

Den accelererande digitaliseringen av musik har inneburit att en stor del av alla album och låtar som släpps läcker ut på internet innan de officiellt släppts i butikerna. Detta tycker Markus Larsson påverkat arbetsbördan för hans arbete som musikjournalist i och med att det är mycket mer att bevaka nu för tiden.

– Det var lite enklare för tio år sedan när man började, för då kunde man stridsslaviskt följa releaseplaner och det skivbolagen skickade ut. Men efter Napster blev det bara vilda western. (Markus Larsson)

Detta har fått konsekvensen att releaseplaner har blivit mindre viktig för hur *Aftonbladet* presenterar och recenserar musik. Markus Larsson anser att det i längden inte kommer att fungera att följa releasedatumen och att tidningen också redan börjat frångå dem.

– Vi får ju också tag på skivor två månader innan de släpps i handeln, och det är i det omvandlingsarbetet vi är i nu; hur ska framtidens musikjournalistik se ut? Svaret är att vi inte vet i nuläget (Markus Larsson)

Hur har din roll som musikjournalist förändrats gentemot dina läsare?

Samtliga intervjupersoner delar åsikten att musikjournalister i dagspressen de senaste åren har tappat delar av sin roll som maktfaktor över vad deras läsare lyssnar på. De menar att det har skett som en konsekvens av den ökande digitaliseringen som medfört att läsarna blivit vana

vid att musikjournalistik är gratis och finns att hitta på flera ställen. Markus Larsson menar att detta har resulterat i att musikjournalister inte längre är lika viktiga för musikkonsumenterna som före fildelningens era. Det skapas inte längre samma slags fenomen inom musikbranschen som exempelvis Andres Lokko eller Fredrik Strage på 1990-talet, experter som folk vände sig till för att få veta det senaste.

– Som musikjournalist blir man ju bara ett av alla filter som finns. Det finns flera filter i teknologin, som till exempel bloggar och sådant. Man har mindre makt, man blir inte lika stor popstjärna som tyckare längre, men det är ju bara skönt. (Markus Larsson)

Markus Larsson anser att det fortfarande finns ett visst intresse hos vissa musikintresserade om vad olika musikjournalister tycker om en viss skiva, men att det inte spelar en lika stor roll för en persons musikkonsumtion längre. Folk tankar ändå hem det de är intresserade av.

Martin Carlsson tycker likt Markus Larsson att det är många som läser det han skriver, men att de inte påverkas lika mycket av det längre. Han pekar på en recension från 2005 om bandet Hardcore Superstar som den senaste gången han kan minnas att en av hans recensioner direkt påverkade skivförsäljningen kraftigt. Då gav han bandet fem getingar i *Expressen*, vilket motsvarar högsta betyg.

– Deras skivförsäljning gick spikrakt upp, det var som dag och natt. Det var flera sådana som jag kunde peka på från 90-talet och så. Men de senaste åren, man är inte lika viktig som man var förr. (Martin Carlsson)

Elin Unnes tror inte att människor använder musikrecensioner som konsumentinformation längre. Hon menar att om folk vill lyssna på någonting gör de det, oavsett vad hon skrivit om en viss skiva i tidningen. I stället anser hon att de som läser musikrecensioner i dag gör det för läsoplevelsens skull, snarare än att bli informerad om hur själva skivan låter. Detta är en utveckling som hon ser väldigt positivt på.

Linnéa Olsson anser att den allt ökade strömmen av tyckande på exempelvis musikbloggar har lett till en inflation av åsikter på nätet, vilket har fått konsekvensen att det som musikjournalisterna skriver inte är lika exklusivt eller betydelsefullt längre. Detta har fått henne att börja omvärdera sin roll som musikkritiker.

– Jag tycker att det blir mindre och mindre meningsfullt att skriva recensioner. Eller, jag vet inte. Jag har börjat omvärdera min roll ganska mycket. Jag kan komma på mig själv att tänka 'varför sitter just jag här och tycker för.' (Linnéa Olsson)

Nils Hansson är den av intervjupersonerna som tycker att musikjournalisternas makt över sina läsare har minskat minst. Han pekar på att en dagstidning ändå fortfarande har en relativt stor makt gentemot exempelvis en blogg. Bloggar måste ofta ha en nischad inriktning för att locka många läsare, menar Nils Hansson. En dagstidning däremot riktar sig till en betydligt bredare målgrupp, där läsaren inte ska behöva några djupare musikkunskaper för att kunna ta del av en recension.

Enligt Nils Hansson kan genomslagskraften av en recension också bero på hur stor och välkänd en artist är. Om en artist, som vanligtvis säljer 150 000 exemplar, släpper en skiva betyder en recension inte mycket för försäljningen. Men om en artist, som vanligtvis säljer betydligt färre skivor släpper ett album, kan en recensions genomslag fortfarande bli stort.

– Då kan man åtminstone se att försäljningssiffror går upp med ganska många procent, även om det inte är så många ex som är sålda. Ju längre ut i marginalerna man kommer desto viktigare blir det för den sortens artister att bli uppmärksammade. (Nils Hansson)

Enligt Nils Hansson har makten för musikjournalisterna på vissa sätt förstärkts. När människor innan den digitala tillväxten läste recensioner var steget långt mellan att de läste om en skiva till att de faktiskt hade musiken tillgänglig att lyssna på. Läsaren kunde inte impulslyssna på något som denne blev intresserad av på samma sätt som de har möjlighet att göra i dag.

– Om du läser om någonting nu, klickar du bara lite grann, och så har du plötsligt följt upp skivrecensionen utan att resa dig från stolen. På det sättet kan man säga att möjligheten att ha en betydelse snarare blir större. (Nils Hansson)

Markus Larsson tycker att mycket av det osäkra klimat som fanns bland musikkonsumenterna på 1990-talet delvis har försvunnit i och med den tekniska utvecklingen. Som exempel pekar han på tidningen *Pop*, som var en stor musiktidning på 1990-talet. De propagerade för att musik var en ideologi med rätt-och-fel-tänkande, vilket kom att skapa ett ängsligt klimat bland läsarna. Det var nog inte *Pop*:s intention från början, men det var så det blev till slut, menar

Markus Larsson. Men i och med fildelningen började denna syn på musik luckras upp, vilket han anser påverkar hans roll som musikkritiker positivt.

– Jag tycker det är ett mycket mer sympatiskt klimat att vara kritiker i. Jag tycker faktiskt det. Det gör en lite lugnare att skriva, man blir lite mindre ängslig, och det är lite mer tillåtande. (Markus Larsson)

Hur ser du på konkurrensen från lekmannabloggar?

Alla intervjupersonerna håller med om att bloggarna och de sociala medierna har förändrat deras roll som musikjournalister på så sätt att deras primära uppgift inte är att vara först ut med informationen om musik längre.

Martin Carlsson anser att dagstidningarna helt har spelat ut sin roll att vara först. Han berättar att det var minst sju till åtta år sedan som han senast brydde sig om att försöka vara först med någonting när han skriver för *Expressen*.

– För mig handlar det bara om att göra ett bra jobb själv. Jag tror inte ens att de som sitter på själva redaktionerna tänker lika mycket som man gjorde förr. Och där är det verkligen: 'åh man måste vara först med saker, och åh nu slog vi dem?'. (Martin Carlsson)

Det råder dessutom samstämmighet bland intervjupersonerna om att bloggarna inte är konkurrenter. I stället ser de bloggarna som ett hjälpmedel i deras eget arbete med att hålla sig uppdaterade om det senaste i musikbranschen.

Linnéa Olsson menar att hon som musiklyssnare haft stor glädje av all ny musik hon blir tipsad om av bloggarna. Hon påpekar också bloggarnas viktiga roll som gatekeepers för musikintresserade, då det släpps mer musik i dag än förr.

– Man måste ha någon som filtrerar ut allt bajs liksom. Och det kan man definitivt säga om bloggarna, att de fyller en funktion på det sättet. (Linnéa Olsson)

Men Linnéa Olsson anser också att bloggarna och den ökande åsiktsfloran på internet har lett till en inflation av tyckande. Hon menar att ju fler som gör samma sak desto mindre blir värdet för vad som skrivs. Nils Hansson håller med om den kakofoni av röster som finns på webben och som gör att det kan vara svårare även för de etablerade musikjournalisterna att själva

bli hörda i bruset. Men han anser också att deras ställning som yrkesutövande musikjournalister ger dem en fördel mot bloggarna.

– Jag tror att det alltid kommer att finnas ett stort behov av recensioner och professionella musiksribenter som ägnar mer tid än vad de flesta människor har åt att ta sig fram i myllret. (Nils Hansson)

Flera av intervjupersonerna berättar att dagstidningen de skriver för inte heller ser bloggarna som några konkurrenter. Markus Larsson menar att om du skulle fråga *Aftonbladets* ledning om vilka som är deras konkurrenter skulle de svara de andra etablerade medierna. Han erkänner dock att bloggarna kan anses vara konkurrenter till *Aftonbladets* egna bloggar, men han tycker att det är fel sätt att se på det hela. I stället anser han att man ska se dem som en del av bruset och bevakningen som hjälper musikjournalisten i sitt arbete.

– Om jag var osäker på någonting för tio år sedan kunde jag inte gå till en musikblogg för att lyssna på en låt eller söka information. När jag började satt man fortfarande med Bonniers gamla rocklexikon, och slog i det för att hitta titlar och sådant. (Markus Larsson)

Nils Hansson påpekar att det alltid funnits konkurrenter till det han skriver, även om han medger att den digitala utvecklingen har lett till att ett större antal personer skriver om musik.

– Nu kanske det är lite fler, men jag tror inte man ska tänka så mycket på det. Bättre att man försöker göra det man ska i stället. (Nils Hansson)

5.1.1 Analys tema ”Roll”

Ett sammanfattande intryck av de svar vi fått på detta tema är att digitaliseringen av musik har påverkat musikjournalisterna ur flera perspektiv. Till exempel har den ökade tillgängligheten av information på internet gjort det lättare för musikjournalisterna att göra research och hålla sig uppdaterade. Samtidigt har informationsmängden och det ökade musikutbudet ökat arbetsbördan för musikjournalisterna eftersom det helt enkelt har blivit mer att bevaka.

Den ökade informationsmängden har också gjort musikbranschen mer svåröverskådlig, och i viss mån även källkritiskt problematiskt. Detta kan ses som en följd av den ökande informationen. Risken för fel i faktauppgifterna ökar när informationsmängden är större och i många

fall mer tendentiös. Musikjournalisterna hade sammantaget ett blandat förtroende för information på internet. Alla använde internet mer eller mindre i sin research, men de underströk också vikten av att vara källkritisk. Av detta kan man dra slutsatsen att den ökade informationen på internet haft en betydande inverkan i musikjournalisternas arbete. Även läsarna har fått större möjligheter att kontrollera faktauppgifter vilket har ökat pressen på musikjournalisterna i att vara mer korrekta.

En annan konsekvens av digitaliseringen av musik för musikjournalisterna är att skivbolagen inte längre skickar ut fysiska skivor i lika stor utsträckning. Detta är enligt några av intervjupersonerna något som påverkar bedömningsprocessen negativt. Vår åsikt är emellertid att denna uppfattning kraftigt tenderar att varieras mellan musikjournalister. Vissa är mer nostalgiska och lägger därför en större vikt vid ett helhetspaket när de bedömer ett musikalbum. Samtidigt anser vi att det är viktigt att bedöma musikalbum från artister i den form som publiken faktiskt tar del av dessa. Om majoriteten köper sin musik digitalt, till exempel via iTunes, är det mindre relevant att läsa en recension som också tar det fysiska albumet i beaktning. Detta beror också på vilken sorts artist som recenseras. Om en artist vars fanskara består av en äldre publik, som också har en vana att i större utsträckning inhandla musik i fysiska format, blir det därför mer relevant att också ta hänsyn till skivkonvolutet i recensionen.

En annan konsekvens av digitaliseringen av musik är att musikjournalisterna tappat en del av den makt de hade på 1990-talet. Konsekvensen av den ökade floran av åsikter på internet är att det inte längre är lika lätt att göra sig ett namn som musikjournalist. Ingen av intervjupersonerna upplevde emellertid att denna minskade möjlighet skulle vara något negativt.

En positiv konsekvens av fildelningen är att den ängslighet som tidigare fanns på 1990-talet om vad som ansågs vara bra eller dålig musik delvis luckrats upp. När fler människor lättare kan få tillgång till ny musik ökar även musiklyssnandet och kunskapen, vilket får följden att publiken själva kan avgöra vad de tycker är bra eller inte, utan att ta lika stor hänsyn till de officiella omdömena från de tidigare autokratiska smakdomarna.

Men denna maktförskjutning beror inte enbart på färre profilstarka musikjournalister. Samtliga intervjupersoner är eniga om att människor inte längre påverkas lika mycket av musikrecensioner. Vår uppfattning är att det ligger en stor portion sanning i detta påstående. Vi upp-

lever själva att vi till viss del påverkas av vad som skrivs om musik i tidningarna, även om denna påverkan inte är lika stor som för några år sedan. Skulle samtliga av de stora tidningarna enhälligt hylla ett nytt band skulle vi med största sannolikhet bli så pass intresserade att vi kollade upp bandet närmare. Och om vi båda fungerar på det viset förutsätter vi att det finns fler människor som tänker på samma sätt.

En annan viktig förändring är konkurrensen om att vara först med att rapportera om musik. Snarare är det bloggarna, musiksajterna och de sociala medierna som tagit över den rollen. Men dagstidningarna har också börjat förändra sin tidigare strikta hållning att följa officiella releasedatum för musikalbum. Vi anser att dagstidningarna genom att snabbare plocka upp och skriva om ny musik går åt rätt håll. Samtidigt finns här en moralisk avvägning om tidningarnas ansvar. Vill de verkligen uppmuntra sina läsare till att ladda ner en viss skiva illegalt, flera veckor innan den finns att köpa i butik?

Musikjournalisterna ser emellertid inte musikbloggar som konkurrenter, utan snarare som hjälpmedel i deras arbete. Mot bakgrund till den ökade musikutgivningen har även musikloggarna fått en viktig roll som filter och sorterare i den massiva strömmen av ny musik. På ett sätt har även de, precis som dagstidningarna, fått en roll som grindvaktare för vad som är värt att bevaka inom musik. Skillnaden är att musikloggarna lättare kan nischa sig mot vissa musikgenrer och bevaka smalare händelser inom musikvärlden. Däremot har yrkesutövande musikjournalister generellt sett alltid en fördel gentemot musikloggarna i fråga om tid, erfarenhet och kunskap inom musikbevakningen.

5.2 Intervjuresultat tema ”Form”

Har formen för journalistiken och sättet att skriva förändrats och i så fall hur? Hur förhåller du dig som musikjournalist till dessa alternativa plattformar som till exempel musikbloggar när du skriver?

Martin Carlsson menar att hans sätt att skriva recensioner inte har förändrats. Han har alltid skrivit vad han själv vill och tycker och inte vad han tror att läsarna vill ha.

Nils Hansson anser att det ökande antalet alternativa plattformar som till exempel musikbloggar medför att människor vet mer om musik i dag jämfört med förut. Han tycker också att mycket av vad som skrivs nu är mer korrekt, just eftersom det har blivit lättare att kontrollera till exempel faktauppgifter. Samtidigt har det också blivit lättare att åtgärda eventuella fel i en artikel om den finns digitalt på tidningens hemsida.

Även Markus Larsson på *Aftonbladet* tycker att han måste anstränga sig för att vara noggrannare i dag än tidigare vad gäller till exempel faktauppgifter.

– För mig personligen har den digitala utvecklingen inneburit att jag måste kämpa för att vara mer noggrann, mer originell, mer genomtänkt. Det är viktigt att hålla en hög kvalitet och vara trovärdig. (Markus Larsson)

Elin Unnes tycker att hon fått en ökad frihet i sitt recensionskrivande. Som exempel tar hon upp att skriva recensioner som berättelser i stället för om hur musiken låter, eller att i recensionen välja att skriva om en del ur en artists liv i stället för om skivan man recenserar.

– Jag tror säkert att jag hade kunnat göra detta för 10 till 15 år sedan också, men anledningen till att jag gör det nu är att konsumentupplysningen, när det kommer till skivor, är helt ointressant. Jag vill ge någonting annat i stället. (Elin Unnes)

Den dalande skivförsäljningen har inneburit att artister i stället allt mer får livnära sig på liveframträdanden. Har detta haft någon påverkan för ditt arbete som musikjournalist?

Enligt Markus Larsson har *Aftonbladets* bevakning av livekonserter alltid varit väldigt viktig och han anser att tidningen tar livemusikscenen på större allvar i dag än för tio år sedan. Nils Hansson säger att han kan tycka att det ökade antalet livekonserter borde märkas i tidningen genom fler konsertrecensioner, men att så inte är fallet. Utrymmet för konserter och frilansrecensioner har inte förändrats på *Dagens nyheter*, menar han.

På *Expressen* är dock musikjournalisterna mer aktiva med att recensera livekonserter i dag än för bara ett och ett halvt år sedan, berättar Martin Carlsson. Deras skivrecensioner ligger i dag på 1200 tecken, vilket Martin menar gör att de har ett annat sorts djup i recensionerna än andra tidningar där utrymmet är mindre. På det sättet tycker han att *Expressen* går emot ”snutifieringstrenden” som han kallar den, att allt mer material kortas och krymps. Överlag menar dock Martin Carlsson att det skett en förändring i medieklimatet, som gjort att dagstidnings-

försäljningen minskat och därmed också budgeten för musikjournalistiken. En följd av detta är att även makten hos dagstidningarna har minskat, menar han.

– Även om livekonserter är viktigare i dag än vad de var tidigare, tror jag inte att det är någon dagstidning som skriver mer om konserter i dag än vad de gjorde på 90-talet. Just på grund av att budgeten inte är lika hög som då. (Martin Carlsson)

Enligt Markus Larsson har det ökade antalet livekonserter fått en direkt konsekvens i *Aftonbladet*. Tidningens musikpris Rockbjörnen arrangerades tidigare i januari och innehöll kategorier som till exempel bästa album och bäst låt. Numera är det ett renodlat pris för livekonserter som arrangeras efter sommaren och där priserna är knutna till olika kategorier inom liveframträdanden från konsertsommaren.

Linnéa Olsson tycker inte att *Svenska dagbladet* har haft större prioriteringar av liverecensioner, förutom möjligtvis också bevakningen av de svenska musikfestivalerna. Hon säger att hon har hälften så många skrivuppdrag som för sex år sedan när hon började skriva för tidningen.

Enligt Elin Unnes har *Svenska dagbladet* minskat utrymmet för skivrecensioner bara det senaste året. Däremot har utrymmet för liverecensioner varit oförändrat. Hon tycker det är ett problem att många artister turnerar hela tiden, eftersom det kan få följden att konserterna upplevs som inövade och tråkiga. Hon tycker också att konserterna i dag är för långa.

– Många artister måste ta 800 kronor för en spelning för att kunna tjäna lika mycket pengar som förut. Men för att någon ska vilja betala 800 kronor måste de spela i tre timmar. Jag får kanske 1000 till 2000 kronor för en liverecension. Då måste jag göra research, skriva den, och sedan är det tre timmars konsert på det. Min timlön har sjunkit markant. (Elin Unnes)

Elin Unnes menar att om konserterna vore kortare skulle artisterna inte behöva ta så mycket betalt. Men eftersom nedladdningen ökat och artisternas skivförsäljning minskat har detta lett till att många artister gör fler livekonserter för att på så sätt få in pengar. Därför ser Elin Unnes de höga priserna och de långa konserterna som en direkt negativ effekt av den ökade nedladdningen.

Martin Carlsson har, precis som Elin Unnes, också reflekterat över konsekvenserna av många artisters ständiga turnerande. Eftersom livekonserterna är fler i dag är det också en mindre andel av konserterna som recenseras.

– Nu kommer banden hit inte bara en gång per albumsläpp. Jag kan ta bandet Machine Head som exempel, jag tror de spelade här i Sverige elva gånger med sin senaste platta. Och det säger sig själv att man inte kan recensera dem varje gång. (Martin Carlsson)

Har den digitala utvecklingen påverkat frekvensen och utrymmet i tidningarna för recensioner av musikalbum respektive liveframträdande?

Enligt Nils Hansson har recensionsutrymmet blivit mindre. Hur utrymmet och formen av recensionerna ser ut kan också påverkas av hur kulturredaktionens ledning prioriterar vad som ska bevakas. Även Markus Larsson framhåller hur innehållet i tidningen formas av vem som är chef för tillfället.

– Ibland har vi haft jättestort utrymme för just skivrecensioner och ibland har vi haft mindre utrymme. Det beror lite grann på vem som har varit chef och hur tidsandan har gått och vad de som styr den här tidningen har velat satsa på. (Markus Larsson)

På *Svenska dagbladet* har recensionerna blivit kortare, men Linnéa Olsson menar att det är viktigt att komma ihåg att det finns en stor skillnad mellan dagspress och kvällspress i fråga om musikbevakning. Som exempel nämner hon *Aftonbladet* som satsar mycket mer på musikjournalistik än till exempel *Svenska dagbladet*. Elin Unnes tror att det minskade utrymmet för skivrecensioner på *Svenska dagbladet* har att göra med nedladdningen. Människor behöver inte längre köpa en dagstidning för att få reda på vilken skiva de ska köpa. I stället vill hon att skivrecensionerna skulle vara längre och mer djuplodande.

– Läsaren är känslig för vilken tyngd en redaktör har gett en text. Om det bara är fem rader och en liten siffra kan läsaren tänka att detta bara är en notis, att det inte är så viktigt. Då bara skummar man det. Men om någonting får en helsida ser man det som mer viktigt. (Elin Unnes)

5.2.1 Analys tema ”Form”

Formen och utrymmet för musikrecensionerna ser olika ut i tidningarna. Mot bakgrund av samtliga intervjuer kan vi dra slutsatsen att utrymmet av skiv- och live-recensioner verkar gå i vågor och till största del påverkas av prioriteringar hos redaktionsledningen. Markus Larsson påpekar att utformningen av musiksidorna i *Aftonbladet* har skiftat en del genom åren, just beroende på vem som varit chef och hur tidsandan har sett ut. Nils Hansson tror dock att de stora förändringarna för musiksidornas utformning har lite att göra med den ökade digitala

informationen. Det är en fråga som mer ligger på en prioriterings- och planeringsnivå för tidningen. Vi anser att musikbevakningen i en tidning till stor del beror på tidningarnas budget, vilket betyder att om de stora dagstidningarna lyckas fortsätta få in tillräckligt mycket pengar kommer de också att satsa på musikjournalistiken. Vi tycker att det är viktigt att komma ihåg att det trots allt är de stora ledande tidningarna som har musikjournalistiken i sina egna händer. Att utrymmet för musikjournalistiken i tidningarna har krympt sedan 1990-talet anser vi mer vara en ekonomisk fråga än att musiken som ämne skulle vara mindre intressant.

5.3 Intervjuresultat tema ”Framtid”

Hur tror du att framtiden ser ut för musikjournalisterna i dagspressen?

Martin Carlsson tror att tidningarna har musikjournalistikens framtid i sina händer. Han säger att om en dagstidning skulle välja att ta bort skivrecensionerna skulle fler tidningar göra likadant och det skulle innebära att musikjournalistiken i kvällstidningarna är borta inom några år. Han menar att tidningarna följer varandra och tillsammans sätter trenderna. En nuvarande trend är enligt Martin Carlsson att det är en stor fördel att ha varit i branschen så pass länge som han.

– För ett antal år sedan fick jag höra att jag kanske hade blivit lite för gammal för att hålla på med en sådan ungdomsgenre. Nu har det helt skiftat, nu är erfarenhet något som belönas när det finns musikbloggar, det är bara en massa anonyma namn som dyker upp, då är det plötsligt en jökla fördel att ha haft ett namn i 20 år. (Martin Carlsson)

Martin Carlsson tror att utvecklingen styrs av tidningarnas budgetar, han har till exempel upptäckt att många tidningar har stor musikbevakning på våren när budgeten är färsk, men att de minskar bevakningen på hösten, eftersom budgeten då nästan är slut.

Nils Hansson påpekar att en bra och fortsatt musikjournalistik förutsätter en existerande dagspress. Han menar att även den är utsatt för problem som har med digitalisering och betalningsvilja hos konsumenterna att göra. Fortsätter det som det ser ut i dag på *Dagens nyheter* tror Nils Hansson att musikrecensioner kommer finnas på ett liknande sätt också i framtiden.

Markus Larsson tror att framtiden för musikjournalistiken ser ganska god ut, men att skribentrollen kommer att förändras. När han började som musikjournalist bevakade han enbart musik. I dag har han märkt en ökning av mer generella pop-skribenter, som bevakar musik men också film, tv och dvd. Det är en utveckling han har sett under 00-talet och något han tror kommer fortsätta. Markus Larsson tror att det alltid kommer behövas någon som filtrerar i den stora floden av information, någon som rekommenderar saker och är en vägledning för människor.

– När allting är mer tillgängligt blir det lättare att åka rallykörning genom musikhistorien, men då är frågan var man ska stanna någonstans. (Markus Larsson)

Linnéa Olsson tror att skribentvärlden kommer bli polariserad mellan en slags undergroundkultur av skribenter på internet, som kanske också publicerar sina egna tidningar och böcker, och den etablerade profilstarka musikjournalistkåren i dagstidningarna.

– Jag kan tänka mig att det inte kommer att räcka med att bara vara musikkritiker. Precis som det är många som Fredrik Strage, som skriver böcker och är med i tv, så tror jag att man nog precis som artisterna måste skapa ett varumärke för att överleva. (Linnéa Olsson)

Markus Larsson berättar att *Aftonbladet* haft diskussioner om hur musikbevakningen på internet ska se ut i framtiden. Det har handlat om en mer bloggriktad musikjournalistik, som är både snabbare och kortare, medan de längre texterna hamnar i papperstidningen och som då kanske också riktar sig till en annan målgrupp.

– Jag tror inte att *Aftonbladet* och de etablerade medierna har fångat samtiden i musikbevakningen, vi måste nog bli mer snabba och bloggdrivna på nätet. Det är där det händer först, och då kan man också ha större frihet mellan högt och lågt och vad man drar på. På nätet kan man skriva om världens obskyraste grej och man kan skriva om världens största grej, det spelar ingen roll. Men i pappersformatet är du alltid begränsad av det utrymme du får på två sidor. (Markus Larsson)

Elin Unnes tror att det är viktigt att dagstidningarna ger bevakningen av musik tyngd och utrymme för att framtiden ska se ljus ut.

– Om man kan ta det som *Pop* gjorde, jätteintellektuella, pålästa, långa reportage, och blanda det med den respektlöshet som bloggarna inspirerar till, då tror jag att det finns en fantastisk framtid för musikjournalistiken. (Elin Unnes)

5.3.1 Analys tema ”Framtid”

Fler och fler människor tar till sig nyheter gratis på internet. Men tidningarna har inte lyckats kompensera förlusten för deras minskade pappersupplagor med reklamintäkter på internet, vilket har resulterat i minskade budgetar och i förlängningen minskad musikbevakning. Vi anser att så länge de stora tidningarna finns kvar kommer de alltid att ägna sig åt musikjournalistik. Musik är ett stort intresse hos många läsare och även om de inte läser tidningen för att få reda på om de ska köpa en skiva eller inte, menar vi ändå att det finns ett intresse hos publiken att läsa välskrivna och genomarbetade texter om musik.

Vidare anser vi att musikjournalisterna kommer fortsätta att vara viktiga som filter i de etablerade medierna för att sortera ut den intressantaste musiken för läsarna. Floden av ny musik verkar inte avta, vilket betyder att detta filter kommer bli ännu viktigare. Samtidigt torde rollen som musikjournalist i framtiden vara av en mer mångsysslarkaraktär, där skribenter inte enbart skriver om musik utan även om film, dvd och litteratur. Genom intervjupersonerna har vi förstått att det blivit svårare att försörja sig som enbart musikjournalist. I stället behöver många av dem vidga sitt arbetsområde, och ett naturligt steg borde vara att skriva om andra ämnen som ingår inom skräet populärkultur. En annan väg, eller ett komplement till det nyss nämnda, skulle också kunna vara att musikjournalisterna breddar sig utanför sina ordinarie fält genom att till exempel skriva böcker eller medverka i radio eller tv som experter. Musikjournalisterna skulle på det sättet vidga och bygga vidare på sitt eget varumärke.

6 Diskussion och slutsatser

En stor del av dagordningsteorin kan appliceras på musikjournalisters makt över människors musiklyssnande. Tidigare satte musikjournalisterna dagordningen i större utsträckning hos publiken för vad som ansågs vara intressant att lyssna på. Markus Larsson talar om ett ängsligare klimat på 1990-talet, där musikjournalister som till exempel Andres Lokko eller Fredrik Strage nästan blev till fenomen. Musikjournalisterna hade mer makt då än i dag, och den makten gick ut på att musik skulle lyssnas på ur en ideologisk synpunkt, ”det skulle ligga mycket bakom vad man tyckte” som Markus Larsson uttryckte det.

Genom vår undersökning har vi märkt att denna makt har förskjutits. Digitaliseringen av musik och fildelningens genomslag har inneburit att mer ny musik ges ut och att möjligheterna att lyssna på samt hitta information om musik har blivit större. Eftersom människor i dag lättare kan hitta ny musik blir det också lättare för dem att själva avgöra om de tycker om det. Undersökningens samlade resultat visar att svenska musikjournalister har mindre makt över sina läsares musiklyssnande i dag jämfört med för tio år sedan.

I den vidareutveckling av dagordningsteorin som kallas för ”sammanslagning av dagordningen” har denna undersökning visat hur musikkonsumenters egna värderingar påverkat vilken sorts information om musik de vill ta del av. Detta kan vi se genom till exempel ett ökat antal nischade musikbloggar. Den expanderade tyckarkulturen på internet har gjort att människor i dag har mycket större informationsmängd att ta del av. Nischade musikbloggar och musiksajter har gjort att de som är specialintresserade kan få ingående information på internet. Eftersom människor i dag har mer att välja på i sin sökning efter information blir denna sökning bredare. De tar del av vad de stora nyhetsmedierna rapporterar om och har sedan möjlighet att genom internet komplettera och fördjupa sig i ämnet. På så sätt skapar människor sin egen dagordning, när de systematiskt söker information för att hitta åsikter om saker som passar deras egna personliga ställningstaganden, förväntningar och värderingar. Informationen kan även röra sig från andra hållet, när musikjournalisterna i allt större utsträckning använder internet som researchverktyg. Även om många av ämnena som behandlas på de mindre musikb-

loggarna härstammar från stora etablerade nyhetsmedier kan unikt material från dessa bloggar ändå fångas upp av musikjournalister, för att sedan publiceras hos de stora nyhetsmedierna. På så sätt slås dagordningarna samman, människor tar del av både vad tidningarna skriver om och vad de mindre musikbloggarna skriver om.

Nils Hansson tror dock att bloggarnas nischningar inte enbart är en fördel. Eftersom en dagstidning riktar sig till en betydligt bredare målgrupp kan fler ta del av en recension utan några djupare musikkunskaper. I fråga om att nå ut till publiken, och således vara en maktfaktor, innehar därför musikjournalisterna fortfarande stor makt över sina läsare.

En konsekvens av att det har blivit enklare och billigare att spela in musik är att det släpps mer musik i dag. Det har blivit viktigare att nå ut med musik via olika nätverk på internet samt vid konserter och festivaler. Men det innebär också att det blivit svårare för musikjournalisterna att överblicka musikscenen. Människors sökande efter vägledning i den allt kraftigare floden av information om musik behöver hjälpande filter. En intressant aspekt är att det krävs kunskap och tid för att göra adekvata bedömningar, något musikjournalisterna besitter, till skillnad från amatörbloggare. Ur det perspektivet kan man säga att makten för musikjournalisterna på ett sätt har förstärkts. Möjligheterna till impulslyssning för människor efter att ha läst till exempel en recension i en tidning har ökat, vilket i förlängningen förstärker makten för musikjournalister. Möjligheten för musikjournalisterna att ha en betydelse för människor är större när steget mellan att läsa en musikrecension till att faktiskt ha musiken tillgänglig inte är så långt.

En vanlig betingelse för dagordningsteorin är att olika massmedier tenderar att dela samma slags nyhetsprioriteringar och detta kan leda till en likartad musikrapportering. Som McQuail påpekar har detta ifrågasatts i och med den ökade tillgången på nya nyhetstjänster online. Detta har möjliggjort för gemene man att själv söka information enligt en personlig dagordning. Elin Unnes anser dock att även denna information ofta är för likartad. Hon använder därför som regel mer traditionella arbetssätt som att slå i musiklexikon för att hitta mer unik information.

Ett samlat intryck av musikens utrymme i dagspressen är att det varierar mer med tidningarnas inkomster och vem som för tillfället är chef än att det har ett direkt samband med att musikjournalisterna har fått en minskad makt gentemot sina läsare.

Intervjupersonerna hade delade meningar om hur framtiden kommer att se ut för musikjournalister. Några av intervjupersonerna arbetar för sina tidningar på frilansbasis, något som Erik Wallrup menar har blivit vanligare. Men detta kan också skapa större otrygghet hos musikjournalisterna när de ska försvara sitt område som icke fast anställda. Som frilansare är de mer utbytbara. Merparten av intervjupersonerna är också ense om att det kommer bli svårt att försörja sig som enbart musikjournalist för dagspressen och att de flesta musikjournalister förmodligen kommer att behöva bredda sig och skriva om flera olika ämnen. Att musikjournalisterna lyfter fram och marknadsför sitt namn genom sina texter tror vi har blivit viktigare de senaste åren. Som Kristina Widestedt tar upp i sin avhandling har musikjournalistiken gått åt ett håll där profilering blivit viktigt. Flera av intervjupersonerna talade om att det i dag är väldigt svårt att få en tillsvidareanställning som musikjournalist. Detta kan bero på att tidningarna har fått minskade budgetar på grund av den dalande dagstidningsförsäljningen. I stället får många musikjournalister i dag försörja sig som frilansskribenter och försöka sälja in sig själva hos uppdragsgivare som profilstarka skribenter där namnet har värde som varumärke.

Denna studie har bidragit med ny kunskap om hur den digitala medietvecklingen påverkar arbetsförhållanden för en särskild grupp av journalister. En brist i den här undersökningen är att vi intervjuat fem musikjournalister, och att ett så litet urval knappast kan ge heltäckande och vattentäta svar på de frågor vi ställt. Å andra sidan är det svårt att avgöra med vilken omfattning intervjuer skulle behöva göras för att ge en fullständig bild. Det har heller inte varit vårt syfte. I stället har vi strävat efter att nå förståelse för ämnet och det har gett oss viktiga kunskaper om vad vi behöver veta mer om för att ytterligare belysa en musikjournalistik i förändring.

6.1 Vidare forskning

Ett förslag för vidare forskning är att intervju personer från olika delar av musikbranschen. En tanke skulle kunna vara att göra en stor enkätundersökning bland tidningsläsare för att på så sätt få fram deras syn på hur musikjournalistiken förändrats utifrån deras perspektiv. Alter-

nativt skulle man kunna göra intervjuer med människor från skivbolag eller kulturredaktörer på dagstidningar för att låta dem ge sin syn på dagens musikjournalister i den svenska dagspressen.

Att många dagstidningar har börjat skriva om musik som ännu inte släppts kan vara intressant att undersöka ur ett moraliskt perspektiv. Vill tidningarna verkligen uppmuntra sina läsare att ladda ner en viss skiva illegalt, flera veckor innan den finns att köpa? Och vad har tidningarna för sorts ansvar i sådana moraliska frågor?

7 Källförteckning

Litteratur

Blackburn, David (2004) *On-line Piracy and Recorded Music Sales*, Harvard University

Gripsrud, Jostein (2002). *Mediekultur, mediesamhälle*. 2. uppl. Göteborg: Daidalos

Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (red.) (2008). *På väg mot medievärlden 2020: journalistik, teknik, marknad*. 4., [omarb.] uppl. Stockholm: Studentlitteratur

Johannessen, Asbjørn & Tufte, Per Arne (2003). *Introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. 1. uppl. Malmö: Liber

Johansson, Daniel & Larsson, Markus (2009). *The Swedish Music Industry in Graphs - Economic Development Report 2000-2008*, Kungliga Tekniska Högskolan

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur

Larsson, Markus (2009) *Förhållandet mellan CD-försäljning, digital musikförsäljning, framföranderättigheter, privatkopieringsersättning och konsertintäkter*, Kungliga Tekniska Högskolan

Lindgren, Simon (2009). *Populärkultur: teorier, metoder och analyser*. 2., [rev.] uppl. Stockholm: Liber

McQuail, Denis (2005). *McQuail's mass communication theory*. 5. ed. London: SAGE

Norman, Henrique & Svensson, Fredrik (2007): *Kvinnobilder i förändring? – En studie av kvinnans gestaltning i svenska musikmagasin*, Lunds Universitet

Oberholzer, Felix & Strumpf, Koleman (2005): *The Effect of File Sharing on Record Sales – An Empirical Analysis*, Harvard Business School & UNC Chapel Hill

Olsson, Frida (2010): *Syns du inte så finns du inte – en studie av kvinnlig representation i fyra svenska musikmedier*, Södertörns Högskola

Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (red.) (2009). *The handbook of journalism studies*. New York: Routledge

Wallrup, Erik, ”En elit utan bas”, *Nutida Musik* 2008:2, sidan 7.

Widestedt, Kristina (2001). *Ett tongivande förnuft: musikkritik i dagspress under två sekler*. Diss. Stockholm : Stockholms universitet, 2001

Åberg, Andreas & De la Cours, Pierre (2009): *Lika barn leka bäst – En diskursanalys av recensentens roll i stereotypiseringen av genrer inom musikjournalistik*, Lund Universitet

Elektroniska källor

Hemsida: ifpi.se

GLF:s försäljningsstatistik 1998-2008: <http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/glf-forsaljningsstatistik-1998-2008.pdf> (2011-05-19)

Hemsida: ifpi.se

GLF:s försäljningsstatistik över musikförsäljningen i Sverige – helåret 2010:

<http://www.ifpi.se/wp/wp-content/uploads/110127-GLF-f%C3%B6rs%C3%A4ljningsstatistik-GLF-hel%C3%A5ret-20102.pdf> (2011-05-18)

Hemsida: ts.se

Upplage- och räckviddsutveckling 2001-2010: <http://www.ts.se/Pdf/Upplagestatistik/TS-upplage-och-rackviddsutveckling-2010.pdf> (2011-05-18)

Hemsida: vr.se

Vetenskapsrådets rapportserie – God forskningssed 2011:

http://www.vr.se/download/18.2bb973112ef4f1b5ac8000357/God_forskningssed_VR_rapport_1_2011.pdf

Intervjuer

Markus Larsson, 20 april 2011

Linnéa Olsson, 20 april 2011

Martin Carlsson, 27 april 2011

Nils Hansson 27 april 2011

Elin Unnes, 6 maj 2011

Samtliga intervjuer finns inspelade, transkriberade och lagrade hos uppsatsförfattarna.

8 Bilagor

8.1 Frågemanual

De frågor samt delfrågor som användes i undersökning var uppdelade i tre teman: ”Roll”, ”Form” och ”Framtid”. Här följer de frågor som användes vid intervjuerna:

Tema 1: Roll

- Vad har den ökade tillgängligheten av ny musik haft för betydelse för dig som musikjournalist?
- Hur har din roll som musikjournalist förändrats gentemot dina läsare?
- Tycker du att din makt som musikjournalist har förändrats gentemot dina läsare?
- Hur ser du på konkurrensen från lekmannabloggar, alltså bloggar som inte skriver i de stora mediebolagens tjänst?
- Vad ser du som det positiva/negativa som denna förändring har fört med sig för dig som musikjournalist?

Tema 2: Form

- Har ditt sätt att skriva förändrats på grund av den digitala utvecklingen?
- Hur förhåller du dig som musikjournalist till alternativa plattformar som till exempel musikbloggar när du skriver?
- Erbjuder du något som inte de har, i så fall vad?
- Den dalande skivförsäljningen har inneburit att artister nu för tiden alltmer livnär sig på liveframträdanden. Har detta haft någon påverkan på ditt arbete som musikjournalist?
- Skriver du fler liverecensioner i dag jämfört med förut?
- Hur har den digitala utvecklingen påverkat frekvensen och utrymmet i tidningarna för recensioner av musikalbum respektive liveframträdande?

Tema 3: Framtid

- Hur tror du att folk i framtiden kommer välja att ta till sig musik?
Exempelvis kommer de köpa låtar på Itunes? Streama genom till exempel Spotify?
- Hur tror du att framtiden ser ut för musikjournalister i dagspressen i och med den ökande digitaliseringen och tillgängligheten av musik?