

Indholdsfortegnelse

Forord: "Du er hvad du lytter til"

1. Hvad er et hit?
2. Pophittet i musikmediernes tidsalder
3. Bag kulisserne: Musikindustriens arbejdsfordelinger, interessekonflikter og skjulte dagordner
4. Hitskabelonen: Sådan laver man et hit
5. Mødet mellem hit og lytter – fra indlevelse til ligegyldighed
6. Populærmusikkulturens McDonaldisering
7. Hittet som eventyr
8. Til kamp mod popmusikkens laveste fællesnævner

Noter

Litteratur

Navneregister

Forord

Dance, dance, dance, dance, dance to the radio
Joy Division, 'Transmission' (1979)

Og det er ikke altid klaret med et beat og en smuk melodi
TV-2, 'Tornby Hotel' (2002)

Popmusik er et uomgængeligt fænomen i langt de fleste menneskers hverdagsliv. Den er der overalt, både når vi ønsker det, når vi ikke ønsker det, ja selv når vi slet ikke lægger mærke til det. Popmusik er ikke blot noget vi dagligt forbruger. Det er en indgroet del af vores følelsesliv, erindring og sociale bevidsthed samt vores identitet og selvforståelse. Denne bog tager sit afsæt i den opfattelse at popmusikken – betragtet som et uomgængeligt fænomen i langt de fleste menneskers hverdagsliv – tenderer mod at blive mere og mere konform og standardiseret. For der bliver i dag produceret, formidlet og konsumeret så enorme mængder popmusik at den kvalitetsprægede del af den, genre underordnet, har fået sværere og sværere ved at få ørenlyd i den ustoppelige malstrøm af enslydende og ensfunderende popnumre.

Mindst tre forhold, nemlig 1) den stigende rationalisering af kampen om lytterens opmærksomhed som følge af den stadig større mængde nye pophits, 2) den segmentorienterede musikformidling i medierne samt 3) de smags- og købsdikterende play- og hitlister, har medført at pophits mere end nogensinde tidligere udformes efter og tilpasses kalkulerede skabeloner. Disse skabeloner ser ud til at tilgodesse kvantitet og konsumegnethed på bekostning af kvalitet og udtryksmæssig mangfoldighed. Det skal rimeligvis siges at kvalitet og dermed musikalsk smag naturligvis er vanskelige begreber at diskutere, og at der altid har været stor uenighed om hvad begrebet musikalsk kvalitet egentlig dækker over. Men eftersom kvantitet og standardisering er blevet mere og mere uomgængelige størrelser i moderne populærmusik, er en åben diskussion af hvad musikalsk

kvalitet egentlig er, blevet stadigt mere påtrængende, uanset de medfølgende vanskeligheder. Denne bog er tænkt som et aktivt indlæg i denne debat.

Her i det ny årtusinde ser det ud til at overproduktionen omsider har indhentet musikbranchen, hvilket har kastet den ud i en både kreativ og kommerciel krise. Måske derfor er musikbranchen i de senere år blevet stadig mere synlig i medielandskabet. Det er sket ikke blot via mere eller mindre dokumentariske (og selvpromoverende) tv-programmer som 'Stjerne for en aften' på DR1, 'Popstars' på TV2 og 'Idols' på TV3, men også via en utilsigtet skærpet opmærksomhed på branchens faldende salgstal og generelle rådvildhed over for fremtidens udfordringer. Denne synlighed har blot bekræftet den omsiggribende standardisering, idet branchen på en spektakulær måde derved har udstillet sine egne stereotype arbejdsformer.

Med bogen ønsker vi at sætte fokus på den kommercielt betingede ensartethed i den nutidige popmusik, der forhindrer den kulturelle mangfoldighed, ja det kulturelle demokrati, i at udfolde sig i Danmark såvel som i andre multikulturelle, vesteuropæiske samfund. Bogens ærinde er altså at slå et slag for mangfoldigheden ved at påpege og kritisere de standardiserende praksisser som den nutidige populærmusik i alt for høj grad lader til at være underlagt. Men vores ærinde er også at gøre opmærksom på nødvendigheden af at den kritiske bevidsthed på et forbrugermæssigt niveau øges. Med afsæt i slagordet "du er hvad du spiser", lykkedes det i den vestlige verden for en række ernæringseksperter og andre sympatisører op gennem 1980'erne at sætte en ny, forbrugerkritisk dagsorden for fødevarer. Vi mener at det er rimeligt og nødvendigt at overføre denne forbrugerkritiske dagsorden til den åndelige føde, så at sige, ved at hævde at "du er hvad du lytter til".

Forbrugernes tillid til musikbranchen er siden 1990'ernes første halvdel blevet stadig mere udhulet, i takt med at mængden af konsumorienterede standardhits er vokset og vokset. En logisk følge af denne udhulede tillid er at forbrugerne efterhånden selv er begyndt at vurdere hvilken musik de ønsker fremfor at lade musikbranchen og de elektroniske medier afgøre det for dem. Den enorme fildeling af musiknumre der foregår på Internettet, er langt hen ad vejen et udtryk for netop dette forhold. Og især de store pladeselskabers talrige selvynkende og ikke videre selvkritiske beklagelser over dens tab af omsætning og prestigebekræfter blot at hvis branchen virkelig en dag skulle vise sig at gå nedenunder og hjem i dens nuværende form – sådan som flere iagttagere hævder det – vil det ikke ske med et brag, men med en klynken.

Eftersom forfatterne til denne bog både er aktive musikere, sangskrivere, producere og skribenter, vil vi for en god ordens skyld gerne understrege at ingen af os har noget personligt udestående med endsige føler os på kant med den danske musikverden som helhed eller nogen af dens medlemmer. De uenigheder som vi i bogen udtrykker i forhold til musikbranchens dispositioner, skal så vidt muligt forstås som en konstruktiv kritik – og det er vores forhåbning at vi med vores påpegning af en række problematiske og selvundergravende mekanismer ved musikbranchen kan inspirere til nytænkning og videre debat hos forbrugere, musikere og branchefolk.

Et par praktiske bemærkninger vedrørende bogens anvendelse: De otte kapitler der udgør dens indhold, kan alle læses selvstændigt og i den rækkefølge læseren foretrækker. Kapitel 2 og 3 kan forstås som en slags generelle baggrundskapitler, mens de øvrige kapitler dykker ned i mere specifikke forhold og overvejelser. Af hensyn til dem der vælger at læse bogens kapitler i ikke-fortløbende rækkefølge, har vi indsat en række krydshenvisninger kapitlerne imellem. Vi vil desuden gøre opmærksom på at bogens noter alle blot er henvisninger til anvendte bøger, artikler og interviews – de rummer ikke

uddybende kommentarer til hovedteksten og fungerer altså udelukkende som dokumentation.

Endelig skal det siges at udtrykket ”populærmusik” i denne bog anvendes til bredt at betegne både rock, pop, soul, hip hop, electronica og andre genrer. Det er derved anvendt i den betydning som det engelsksprogede begreb *popular music* normalt anvendes, og har altså intet med den lidt ældre danske anvendelse af ordet populærmusik i betydningen ”dansktop-musik” at gøre.

Ikke så få ekkoer af stemmer genlyder på forskellig vis gennem bogen, og mange personer har løbende diskuteret idéerne i bogen med os samt opmuntret og inspireret på forskellig vis. Især vil vi gerne takke Alex Forbes, medlemmerne af Carpark North, Jacob Funch Mogensen, Jacob Jaskov, Jakob Sørensen, Jeppe Vind, Kathrine Houe, Malene Garp, Max Møller, Rasmus Lyngbye, Rune Borup, Søren Rasted, Thomas Busch samt medlemmerne af Under Byen. Vi vil også gerne takke ROSA (Dansk Rock Samråd) for at invitere os begge til at medvirke i en række for os tankevækkende og igangsættende paneldiskussioner ved SPOT-festivalen i Århus, både i 2002 og 2003. Endelig vil vi gerne rette en særlig tak til Jacob Eriksen for konstruktive kommentarer til bogens indhold samt for at have lånt os idéen til afsnittet ’Afføring på dåse eller musik på dåse? Manzoni’s vision’ i kapitel 8.

København, september 2003

Henrik Marstal & Morten Jaeger