

Kurs: **Examensarbete för lärare, 15hp**

2016

Examen: Ämneslärare med inriktning mot
gymnasieskolan

Institution: musik, pedagogik och samhälle

Handledare: Peter Falthin

Marcus Norborg

Att skriva en hit

Tre producenter och låtskrivares tankar kring att skriva
och producera framgångsrik popmusik

Skriftlig reflektion inom självständigt arbete

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats har varit att undersöka ett antal producenter och låtskrivares tankar kring arbetet med att skapa en framgångsrik poplåt. Insamlandet av data har skett i form av semistrukturerade intervjuer och med utgångspunkt i ett fenomenologiskt inspirerat angreppssätt där strävan varit att parentessätta forskarens förförståelse i syfte att beskriva respondenternas subjektiva erfarenheter på ett så troget sätt som möjligt. Resultatet har så småningom analyserats dels utifrån forskning kring olika sociokulturella faktorer bakom preferensskapande samt även utifrån mer kognitiva förklaringsmodeller för vad vår hjärna reagerar positivt på när det kommer till musik. Med utgångspunkt i dessa teorier har resultatet strukturerats upp under fem rubriker. Under *enkelhet och familjaritet kontra oväntade inslag* framläggs vikten av att finna en balans mellan det enkla och familjära och det oväntade. Under *tajming kontra tidlöshet* behandlas betydelsen av tidsenlighet och tidsanda samtidigt som vad man skulle kunna kalla tidlös musik också diskuteras. Rubriken *PR, image och budskap* tar upp tankar kring hur medieexponering samt skapandet av en medveten image och ett specifikt budskap kan hjälpa poplåtar att slå igenom. Under *samarbete och hårt arbete* berörs betydelsen av att hitta rätt människor att arbeta med samt även hur det kanske i slutändan inte går att komma ifrån att framgång kräver hårt arbete. Slutligen pratar de intervjuade under *medvetet kontra lustfyllt arbete* om hur kalkylerande strategier kring låtskrivande och produktion måste paras med en lustfyllt ingång till arbete. I uppsatsen slutskede diskuteras bland annat hur den vanliga förekommande föreställningen om kreatörens suveränitet kan innebära ett förnekande av externa faktorerers inflytande på framgång. Resultatets värde för musikundervisning och samhället berörs slutligen.

Nyckelord: popmusik; musikproduktion; låtskriveri; musikundervisning, hitmusik

Innehållsförteckning

1. Bakgrund	2
2. Syfte och metod	10
2.1 Syfte	10
2.2 Teori	10
2.3 Metod	11
2.3.1 Metodval	11
2.3.2 Avgränsning och urval	12
2.3.3 Utförande.....	13
3 Resultat	16
3.1 Enkelhet och familjaritet kontra oväntade inslag	16
3.2 Tajming kontra tidlöshet	18
3.3 PR, image och budskap	18
3.4 Samarbete och arbetsmoral	19
3.5 Medvetet kontra lustfyllt arbete	20
4. Diskussion	22
4.1 Enkelhet och familjaritet kontra oväntade inslag	22
4.2 Tajming kontra tidlöshet	23
4.3 PR, image och budskap	25
4.4 Samarbete och hårt arbete.....	26
4.5 Medvetet kontra lustfyllt arbete	27
4.6 Glad musik	28
4.8 Applicering.....	29
5. Referenser.....	31

1. Bakgrund

Musiken finns överallt runtomkring oss och tycks i alla tider, oberoende av kultur, ha varit något som människor dragits till (Wallin, Merker, and Brown, 2000; Salimpoor & Zatorre, 2013). Den genomsnittlige amerikanen tillbringar exempelvis 18 timmar i veckan med att lyssna på musik, en siffra som uppgår till 35 timmar om man även räknar in den bakgrundsmusik som ofta finns närvarande i omgivningen (Levitin, 2006; Rentfrow, Goldberg & Zilca, 2011). Så varför attraheras människor i sådan utsträckning av musik? Förklaringarna är säkerligen flera men en skulle kunna vara att musik - precis som sex, mat och droger - har visat sig kunna aktivera vår kropps belöningssystem och väcka känslor av välmående hos oss (Blood & Zatorre, 2001; Salimpoor & Zatorre, 2013).

För många, inte minst ungdomar, tycks musik fungera som ett viktigt medel för att uttrycka sin personlighet och människors musikpreferenser kan, precis som vår personlighet, i hög grad variera (North & Hargreaves, 1999). Mitt uppe i denna mångfald tycks det under historiens lopp samtidigt ha funnits genrer och låtar som i högre grad än andra tilltalat människor på bred front. Som exempel visar statistik att rockmusik var den populäraste musikgenren i USA under 2015 sett till skivförsäljning, nedladdning och streaming (Resnikoff, 2016). I Storbritannien gick däremot popmusiken samma år för första gången i historien om rocken sett till antalet sålda skivor (Barrie, 2016). Det man följaktligen kan fråga sig är vad som gör att viss musik går hem på bred front medan annan musik enbart tilltalar en smalare målgrupp. Går förklaringen att finna i musikens uppbyggnad, i dess struktur, eller handlar det snarare om externa faktorer exempelvis av sociokulturellt slag?

Om man tittar på forskning som undersökt hur forandet av våra musikpreferenser går till framgår det snabbt att svaret på den ovanstående frågan är av ett komplext slag. En grundläggande insikt tycks vara att musik och musikpreferenser inte uppstår i ett vacuum, utan måste ses som en del av den sociala och kulturella kontext de förekommer i. Exempelvis har man kunnat visa att den generella preferens för vad vi i västerlandet betecknar som konsonanta framför dissonanta ackord inte förekommer hos urinvånare i Amazonas (McDermott et al., 2016). Studier har också visat att människor tenderar att gilla det som de uppfattar att andra i deras närhet tycker om samt att de låter sig påverkas av de tendenser som råder i det samhället de lever i (Salganik & Watts, 2008). Vidare låter vi oss också influeras mycket av våra medier och vad som där ges spelföreträde (Hesmondhalgh, 2007).

Hesmondhalgh (2007) lyfter också fram hur våra preferenser påverkas av de högst individuella erfarenheter som livet bjuder oss på, något som formar vår självbild och skapar unika emotionella kopplingar till musik. Det sistnämnda är nära sammankopplat med det identitetsskapande och sökandet av grupptillhörighet som också tycks ha betydelse för vår musiksmak (North & Hargreaves, 1999; Hesmondhalgh, 2007). Ytterligare en faktor i sammanhanget är att våra musikaliska preferenser tycks förändras över tid. Bonneville-Roussy et al. (2013) visar i en studie gjord på amerikanska och brittiska kvinnor och män på ett generellt mönster som kan delas upp i tre faser: medan försökspersonerna under de tidiga tonåren sökte sig till mer intensiv och aggressiv musik i en strävan att bryta sig loss och skapa en självständig identitet, och sedan i en andra fas i högre utsträckning baserade sina musikval på en önskan till grupptillhörighet, relationsbyggande och intimitet (vilket resulterade i mer samtida musikpreferenser kopplade till social umgänge), gick de slutligen in i en sista fas där preferenserna blev mindre gruppstyrda, mindre samtida och mer komplexa.

Ovanstående visar att yttre faktorer kan ha en betydande inverkan på våra musikpreferenser som tycks vara både individuella, gruppstyrda, kulturellt betingade samt kunna variera över tid. Om vi botaniseras vidare i forskningen på området tycks detta dock bara utgöra en del av förklaringen till vad som formar vår musiksmak. Ytterligare en pusselbit kan återfinnas i den kognitiva forskning som undersöker hur våra hjärnor på ett systematiskt sätt reagerar på de olika typer av musikaliska stimuli den utsätts för.

Till att börja med har det påvisats att människan upplever tillfredställelse när hon ställs inför mönster och scheman, inför sådant som är bekant och förutsägbart (Levitin, 2006:109-116, 233-234). Denna preferens handlar om att det bekanta besparar oss besväret att inte veta hur vi ska förhålla oss till något nytt – möjligheten att snabbt identifiera och bearbeta olika stimuli schematiskt gör att vi kan reagera på ett i situationen lämpligt vis (Breckler, Olsson & Wiggins, 2005: 214-216). Musik som möjliggör för vår hjärna att utifrån mentala mallar formade kring tidigare erfarenheter göra förutsägelser om vad vi har att vänta, tycks därmed tillfredsställa ett inneboende mänskligt behov av att bemästra situationen - en trygghet vi gillar (Levitin, 2006: 236). Dessa förväntningar som skapas vare sig vi vill det eller inte kan exempelvis kretsa kring en musikstil och dess typiska rytmer, ackordföljder, låtstrukturer och klanger - under en Metallica-konsert förväntar vi oss till exempel sannolikt att få höra distade elgitarrer men inte dragspel (Levitin, 2006: 114). Andra faktorer som bedöms kunna förenkla vår hjärnas processande av stimuli, och som dessutom visat sig kunna öka sannolikheten för att lyckas på den amerikanska Billboardlistan, är

återkommande ord och fraser, ofta upprepade refränger, återkommande musikaliska riff, en enkel ackorduppbyggnad samt bekanta ljud och instrument (Nunes, Ordanini & Valesia, 2014). Att vi förhåller oss på detta sätt till det bekanta kan ha rent evolutionära förklaringar och handla om riskminimering. Av samma anledning som vi undviker att stoppa i oss ett okänt bär i skogen kan man tänka sig att vi väljer bort mindre förutsägbar musik eftersom den innebär en risk för oss – musik har inte sällan en stark förmåga att påverka vårt humör och risken finns därmed att bli emotionellt påverkade i oönskad riktning (Levitin, 2006: 114, 236-237). Familjaritet förknippas helt enkelt med minskad risktagande och trygghet vilket förklarar varför människor i regel handskas varligt med okända stimuli, en försiktighet som avtar i takt med att kontakten ökar (Ladinig & Schellenberg, 2012). Rent fysiologisk verkar det vi känner igen aktiverar våra belöningsystem i hjärnan och Pereira et al (2011) menar rentav att igenkänningsfaktorn tycks ha större betydelse för vad vi gillar än våra preferenser för en viss typ av musik.

Våra hjärnors positiva inställning till yttre stimuli tycks dock inte enbart väckas av det bekanta. Trots att vi är programmerade att betrakta förändringar som en potentiell risk, menar Levitin (2006:166-168, 181-188) nämligen att vi tappar intresset när något blir för frekvent och enformigt och att vi därför också gillar ett visst mått av oförutsägbarhet. Levitin hävdar därför att en låt som i för stor utsträckning överensstämmer med våra mentala scheman formade kring tidigare erfarenheter lätt upplevs som enformig - när hjärnans ständiga förutsägelser av vad som kommer närmast i hög grad stämmer tappar den med andra ord ”intresset”. Om musiken däremot då och då avviker ifrån det förväntade sätter hjärnan istället igång med att göra nya snabba analyser av vad som försiggår i syfte att korrigera och optimera sina ”statistiska förutsägelser”. Och i och med att dessa överträdelser av det förväntade sker i en kontext där vi lärt oss att ingen fara finns att vänta reagerar inte hjärnan med att gå in i flyktberedskap eller försvarsläge; det hela blir istället en slags lustfylld lek där hjärnan tvingas inta beredskap för att med jämna mellanrum kunna göra små justeringar av sina förutsägelser, en situation som triggar igång vårt belöningscentra. Detta fenomen går enligt Levitin att sammanfatta med att musik visserligen kräver struktur, men att för mycket regelbundenhet gör den livlös och ointressant; inte många skulle vilja lyssna på skalor dagarna i ända. Som exempel på denna typ av positiva normbrott nämner Levitin (109-112, 166-168) bland annat oväntade förändringar i tonhöjd och klang, introducerandet av genreotypiska instrument, genreöverskrivande låtar, rytmiska förändringar såsom synkoper eller plötsliga tystnader, bedrägliga kadenser (när ett dominantackord inte mynnar ut i en förlösande tonika) samt de mindre

variationer i tempo och betoning som ofta sker till följd av mänsklig imperfektion men också till följd av medvetna variationer som uppstår i samspelat mellan en grupp musiker som får ”feeling”. Levitin tar upp *The Police* som ett exempel på hur man genom att blanda olika genrer (reggae och rock) samt genom Stings i sammanhanget i viss mån ”irrationella” basgångar kan skapa fångslande och normöverskridande musik.

Ovanstående tyder alltså på att både förutsägbarhet och oförutsägbarhet väcker vårt gillande – något som kan tyckas paradoxalt. Genom det som ibland kallas ”the optimal complexity model” har man dock lyckas sätta in dessa till synes motsatta realiteter i ett samband. Enligt North och Hargreaves (1995) syftar denna modell på att vi helt enkelt gillar det som är lagom komplext, det vi upplever som både utmanande och hanterbart på samma gång; medan en alltför simpel låt får oss att tappa intresset har vi samtidigt svårt att ta in och uppskatta det alltför komplexa. Vad som är komplext är dock högst subjektivt; varje individ har sin egen unika balans. Levitin (2006:234) beskriver detta samband med en inverterad U-funktion där vårt gillande av musik till att börja med ökar i takt med att den blir alltmer komplex men att denna uppskattningsökning efterhand börjar mattas av för att så småningom istället minska i en allt brantare nedåtgående kurva när komplexiteten istället börjar upplevas som alltmer besvärlig. Också North och Hargreaves (1995) pratar i termer av en inverterad U-funktion och menar att denna modell skulle kunna förklara varför familjaritet ofta är kopplat till gillande; ökad familjaritet har sannolikt effekten av att minska vår uppfattning av hur komplex en låt är eftersom vår hjärna efter hand ofta lyckas göra mer exakta förutsägelser när den bättre lär sig behärska en låts struktur. En initialt lite väl komplex sång kan därmed med tiden närma sig en mer optimal komplexitetsnivå.

Ett annat mönster man funnit genom att utsätta försökspersoner (kandidatstudenter i psykologi med medelåldern 18 år) för olika typer av obekant musik är en preferens för ”glad” framför ”dyster” musik (Ladinig & Schellenberg, 2012). Mer konkret innebär detta att upptempomusik som går i dur generellt sett rankas som mer uppskattad än mer sävlig musik som går i moll. Studiens upphovsmän skriver att preferenserna visserligen varierade utifrån försökspersonernas personlighetstyp, men framhåller att det likväl fanns ett tydligt generellt mönster som pekade på att de givna försökspersonerna över lag gillade musik med ett högt tempo och durtonalitet i större utsträckning än mer dyster musik.

Musik förknippas säkerligen av många med dans, vilket i sin tur rimmar väl med det vi sett ovan om den preferens som tycks finns för glada

uptempolåtar. En grupp neurovetenskapsmän bestämde sig för att undersöka varför just låtar som Pharrells "Happy", en av 2014 populäraste låtar, kunnat väcka en så stor lust hos människor världen över att vilja dansa (Witek et al., 2014). Det man fann var att de låtar som väcker störst danslust generellt sett har gemensamt att beaten de bygger på består av återkommande "luckor", av "tysta slag". Detta kan beskrivas med hjälp av musiktermen synkopering som innebär ett slags strukturellt motstånd mot den regelbundna pulsen där vissa slag förekommer före eller efter denna, en förskjutning i förhållande till den normativa betoningen som på sätt och vis innebär en "överträdelse" av vad som förväntas. Witek et al. menar att detta får hjärnan att vilja fylla ut de luckor som uppstår för att skapa kontinuitet, vilket leder till att den sänder ut signaler till kroppen att röra sig i syfte att just täppa igen det uppfattade tomrummet. Genom att låta våra kroppar agera på denna önskan, uppstår en känsla av tillfredsställelse och välbehag. I överensstämmelse med vad vi sett tidigare skriver Witek et al. (2014) att det som leder till mest uppskattning är en lagom blandning av regelbundenhet och oregelbundenhet; de mest uppskattade danslåtarna bygger på ett regelbundet beat som skapar viss förutsägbarhet men samtidigt på återkommande synkoperingar som bidrar till ett något mer komplext och oväntat mönster. Att denna subjektivt upplevda balans mellan enkelhet och komplexitet ses som avgörande förklaras med att den lustfyllda spänning som skapas när förväntningar bryts varken uppstår när ett beat är för enkelt, eftersom det då inte sker några "regelbrott", eller när det är för komplext, i och med att vi då inte klara av att urskilja någon tillräcklig regelbundenhet för att skapa några förväntningar.

Genom alla de ovannämnda teorierna, som på intet sätt gör anspråk på att ge en heltäckande förklaring till vårt preferensbyggande, får vi en fingervisning om hur vår musiksmak är en komplex produkt av ett flertal faktorer som både är externa och interna. Något man följaktligen kan fråga sig är om det mitt upp i denna komplexa realitet är möjligt att som låtskrivare använda sig av kunskaper kring preferensbyggande för att genom medvetna strategier påverka hur framgångsrik en låt blir? Denna typ av tankegångar blir inte minst relevanta när man pratar om popmusikbranschen som idag enligt vissa fungerar likt en stor fabrik där låtar under skrivare- och produktionsprocessen skickas mellan olika personer med förutbestämt avgränsade uppgifter likt en vara gradvis monterad på ett löpande band. John Seabrook skriver i sin bok "The songmachine: inside the hit factory" (2015) om denna fabriksartade arbetsgång där en ökad specialisering resulterat i att individer eller team utvecklat en "spetskompetens" inom olika aspekter av låtskrivande och produktion, exempelvis framtagandet av "hooks" (musikaliska passager som väcker intresse och sätter sig på hjärnan), och om hur dessa specialiserade

arbetsenheter idag arbetar på olika håll för att sammanställa en gemensam slutprodukt avsedd att tilltala så många människor som möjligt.

En av de senaste två decenniernas centralfigurer inom denna "hitfabrik" är svensken Martin Sandberg, eller Max Martin som han i arbetssammanhang kallar sig. Efter att ha varit en relativt anonym person hos allmänheten har denne ljusskygge svensk efter tilldelandet av Polarpriset år 2016 trätt fram något mer i rampljuset. Juryns motivering till hedersutmärkelsen löd bland annat: "Med sitt öra för sångmelodier, sin musikaliska precision och hantverksskicklighet, har han förädlat och utvecklat den globala populärmusiken... Ingen kompositör i världen har de senaste 20 åren skrivit melodier som haft större bärkraft och fått större spridning än Max Martin" (Löfvendahl, 2016). Mer konkret har Max Martin under närmare två decennier producerat 59 låtar som placerat sig på den amerikanska Billboard-top10-listan varav 22 av dessa blivit "billboardettor", ett facit som placerar Max Martin bland de absolut största låtskrivarna genom tiderna ur ett billboardperspektiv (tillsammans men Paul McCartney och John Lennon) (Trust, 2015). Max Martin har dessutom varit verksam i detta toppskikt under närmare 20 år (endast matchat av Paul McCartney) i en bransch där extremt få låtskrivare och producenter bibehåller toppformen längre än sex år (Gradvall, 2016). Max Martin tycks alltså vara ett exempel på att det finns de som gång på gång kan skapa musik som får ett genomslag av en ovanligt förekommande storlek - och detta över tid och i diverse utföranden. Betyder dessa framgångar att Max Martin, vars arbete i mångt och mycket går ut på att ständigt leverera musik som går hem på bred front, är beviset på att det faktiskt går att genom medvetna strategier och konkreta tillvägagångssätt producera musik som människor på bred front tycker om?

I en av de få intervjuer Max Martin gått med på att genomföra delar han med sig av vad han anser vara viktiga ingredienser i en framgångsrik poplåtsproduktion (Gradvall, 2016). Bland annat talar han om vikten av att skriva musik där lyssnarens intresse och koncentration ständigt bibehålls genom att skapa en slags musikalisk resa där landskapet gradvis förändras. Förändringarna får dock inte vara alltför dramatiska - nya element bör med jämna mellanrum tillföras ljudbilden, men alltid med måtta och helst så få som möjligt på en och samma gång. Max Martin drar en parallell till dramaturgin bakom en bra film där man i regel försöker undvika att presentera alltför många nya karaktärer samtidigt. Som exempel på denna successiva dramaturgi menar Max Martin att första, andra och tredje refrängen i en låt inte bör vara identiska utan innehålla vissa skiftningar som gör att energinivån trappas upp. Vidare menar han att det helst bör finnas nya saker att upptäcka även efter att man lyssnat på en låt ett par gånger.

Det bör också finnas flera starka partier som faller lyssnaren i smaken, inte enbart en medryckande refräng exempelvis. En annan väsentlig komponent i en framgångsrik låt är enligt Max Martin att den snabbt sätter sig på huvudet; den ska vara så pass enkelt och distinkt att den går att känna igen närmast omedelbart efter att den dragit igång. Han betonar i anslutning till det vikten av att allt i en låts ljudbild är tydligt och rättfram. Det får helt enkelt inte finnas för mycket information att ta in, varje ljud (instrument) ska ha sin plats och vara så tydligt som möjligt.

Max Martin tycks alltså själv mena att man som låtskrivare och producent på ett konkret sätt kan styra en låts framgångar. Och även branschmänniskor, media och allmänheten verkar numer instämma i detta. Den uppståndelse som växt fram kring Max Martin under de senaste åren och som förutom polarpriset också resulterat i att han tilldelats regeringens hederspris samt musikexportpris, har nämligen förvandlat honom till en upphaussad ikon och förebild vars förmågor av många höjs till skyarna (Holmqvist, 2015). Men är detta verkligen ett bevis för att låtskrivare som Max Martin är så framgångsrika bara för att de knäckt någon form av ”kod”?

I sin artikel *Creativity and cultural production: a study of contemporary western popular music songwriting* skriver McIntyre (2008) just om hur det inom den moderna västerländska populärmusikbranschen samt i samhället i stort finns en föreställning om och ett mytskapande kring hur framgångsrika kreatörer besitter en begåvning utöver det vanliga - hur de besitter extraordinära närmast gudagivna egenskaper som förklarar deras framgångar. Med sin artikel söker dock McIntyre att måla upp en mer nyanserad bild av en komplex verklighet där kreatörens förmågor och handlingar inte existerar i ett vacuum utan istället måste ses som formade och begränsade av den sociala struktur som exempelvis den moderna västerländska popbranschen utgörs av med alla sina konventioner, koder och nätverk. Samtidigt som denna sociala struktur styr kreatörens skapande har dock kreatörerna också möjlighet att påverka och forma den sociala domän de verkar inom. Individerna och den övergripande strukturen interagerar på så vis, enligt McIntyre, som hävdar att popmusikkreatörens kunskaper om och anpassningsförmåga till sin domäns konventioner är nödvändiga samtidigt som just denna domän lever på och därför uppmuntrar en relativt hög grad av nyskapande och därmed inflytande ifrån kreatörens sida.

I sin bok *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention*, bidrar Csikszentmihalyi (2007) med en liknande beskrivning av hur

kreativitet verkar inom ett större system som han delar upp i tre delar. Till att börja med pratar han om specifika ”domäner”, vilka utgörs av ett antal givna procedurer och symboliska regler till vilka kreatören måste förhålla sig. Popmusikbranschen skulle kunna ses som en sådan domän. Nästa del av systemet utgörs enligt Csikszentmihalyi av ett ”fält” bestående av så kallade ”portvakter”, det vill säga alla de som har makt och inflytande att avgöra vad som tillåts släppas in i den givna domänen. Som exempel tar Csikszentmihalyi visuell konst och menar att fältet här består av bland annat konstkritiker, samlare, kuratorer, lärare samt organisationer och institutioner som sysslar med konst. Den sista delen av detta system utgörs slutligen av ”individen”, av kreatören själv, som genom att förhålla sig till de normer och koder som en specifik domän är uppbyggd av tillför denna något nytt i form av ett kreativt bidrag.

Det tycks helt enkelt som att verkligheten är komplexare än vad den först kanske verkar, att medvetna val och strategier kring låtskrivande och produktion enbart är en av flera pusselbitar bakom en låts framgång. Man kan likväl tänka sig att det kan finnas ett värde i att diskutera hur man genom olika tillvägagångssätt kan ta sig an låtskrivande och musikproduktion, inte minst i ett land som Sverige vars musikbransch av vissa kallas det ”svenska musikundret”, en benämning kopplad till att Sverige idag är världens största musikexportör per capita (Mattmar, 2013). Denna relativt nya realitet har sannolikt öppnat upp nya marknader och möjligheter vilket kan tänkas ha bidragit till den uppsjö av utbildningar inom låtskrivande och musikproduktion som idag existerar. Parallellt med detta har skolans läroplan för musikundervisning reviderats och numera står det att eleverna ska ges möjlighet att utveckla sin ”förmåga att skapa och arrangera musik, instrumentellt och digitalt” (Skolverket). Att på något vis arbeta med musikproduktion är alltså idag ett obligatoriskt moment i musikundervisningen vilket innebär att det för musiklektörer är relevant att besitta kunskaper på detta område.

Webster (2002) lyfter inte minst upp uppmuntrandet till kreativt tänkande som en grundläggande del av vad en musiklektör bör ägna sin tid åt under arbetet med sina elever. Han menar att lärande inte kan ses som något läraren har monopol på utan att det snarare handlar om ett växelspel mellan läraren och eleven som sker när den sistnämnde ställs inför kreativa uppgifter och problemlösande, exempelvis i form av skapandet av egen musik. Webster förankrar bland annat dessa tankegångar i den konstruktivistiska utbildningstraditionen som betonar just vikten av kreativitet och lärande som kretsar kring konkreta aktiviteter.

2. Syfte och metod

2.1 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka ett antal producenter och låtskrivares tankar kring arbetet med att skapa en framgångsrik poplåt. Med popmusik syftar jag på den musik som idag dominerar på kommersiell radio och TV i västvärlden och som återfinns på den amerikanska Billboardlistan samt på Spotifys "top 50 i världen". De huvudsakliga forskningsfrågorna arbetet utgått ifrån är:

- *Hur kan arbetet med att skapa en modern poplåt se ut?*
- *Vilka faktorer och omständigheter kan, utifrån ett antal producenters åsikter och erfarenheter, tänkas ligga bakom en poplåts framgångar?*

2.2 Teori

Som teoretisk ramverk har jag i denna studie valt att använda mig av ett fenomenologiskt inspirerat angreppssätt. En av fenomenologins grundidéer är att det inte finns någon objektiv kunskap om världen omkring oss och att vi därmed endast kan studera människors unika erfarenheter av olika fenomen - ett fenomen kan därmed sägas vara den subjektiva representation av en företeelse eller ett ting som tar form utifrån individers uppfattningar och erfarenheter av det (Groenewald, 2004). För att som forskare kunna fånga och beskriva ett fenomen på ett så korrekt vis som möjligt menar man inom fenomenologin att det är av yttersta vikt att bli varse och frigöra sig ifrån sin förförståelse (Bednall, 2006). Syftet är alltså att i egenskap av forskare beskriva en verklighet skapad utifrån ett antal individers subjektiva erfarenheter utan att låta sina egna subjektiva tankar och erfarenheter kring det valda fenomenen färga beskrivningen.

Två vanligt förekommande begrepp som förkroppsligar denna strävan "är "epoché" och "bracketing". Grundidén bakom begreppen är just betydelsen av att sätta parentes kring sin förförståelse, att höja sig över de subjektiva tankar och övertygelse vi alla har kring vår omvärld, i syfte att kunna förstå essensens hos ett fenomen, att kunna beskriva det precis såsom det uppfattas av de individer som delgett det (Bednall, 2006). Inte minst kan detta översättas i att forskaren bör begränsa sin påverkan på respondenterna, exempelvis genom att under en intervju undvika ledande frågor eller att lägga ord i munnen på de intervjuade, samtidigt som man likväl uppmuntrar dem att så målande och detaljerat som möjligt beskriva sina tankar, känslor

och erfarenheter kring fenomenet i fråga (Waters, 2016). Inom fenomenologin anser man att detta sätt att tänka bör genomsyra forskningsarbetet, vilket innebär att vi under hela forskningsprocessen bör ge akt på hur vår förförståelse kan tänkas ha inflytande på både vårt sätt att samla in data samt hur vi analyserar denna information (Bednall, 2006).

När det kommer till i vilket utsträckning detta är möjligt går dock åsikterna något isär: medan somliga menar att det är möjligt att helt frigöra sig ifrån sin förförståelse, menar andra att detta är ett orimligt krav och att det bästa vi kan göra istället är att väcka en medvetenhet kring hur vår förförståelse i egenskap av forskare kommer att färga vår tolkning av data och lyfta upp detta till diskussion (Bednall, 2006). En vanlig ståndpunkt tycks också vara att forskaren initialt, under själva datainsamlingen, bör sträva efter att sätta parentes kring sin förförståelse men däremot i ett senare skede, då det insamlade materialet skall analyseras, bör ta hjälp av denna förförståelse för att bättre förstå och tolka materialet (Bednall, 2006).

2.3 Metod

2.3.1 Metodval

Denna studie är av en explorativ karaktär. Ingen hypotes kring vad datainsamlingen kommer att resultera i har på förhand formulerats och syftet har istället varit att i största möjliga mån bortse ifrån forskarens förförståelse kring det valda fenomenet och genom intervjuer studera och slutligen beskriva den information som inhämtats. Medan så kallad "confirmatory research" har som mål att testa en eller flera på förhand formulerade hypoteser genom att studera något specifikt, går alltså explorativ forskning ut på att studera en vald del av verkligheten för att skapa bättre förståelse kring den, något som eventuellt i ett senare skede kan leda till formulerandet av hypoteser och nya studier av ett mer "konfirmativt" slag (Halliday & Jaeger, 1998).

Eftersom jag i denna studie valt att undersöka ett fenomen - närmare bestämt de eventuella strategier som ett antal producenter och låtskrivare inom popmusikbransch använder sig av för att öka sitt genomslag - med hjälp av ett explorativt tillvägagångssätt i form av semi-strukturerade intervjuer, har studien fått karakteriseras av en kvalitativ forskningsansats. Den kvalitativa metoden kan kort förklaras med att man beskriver ett resultat med hjälp av ord istället för att ta hjälp av mätningar, statistik och siffror vilket istället är brukligt inom kvantitativ forskning (Ahrne & Svensson, 2010:11-12). Yin (2010:3-9) skriver att en av den kvalitativa

forskningens stora förtjänster är att den möjliggör för forskare att på ett djupgående sätt undersöka ett önskat ämne, exempelvis genom att studera människors erfarenheter och tankar, utanför den kontrollerade laboratoriemiljöns ramar.

Insamlandet av data har som nämnts ovan skett genom så kallade semistrukturerade intervjuer. Denna intervjuform innebär ett visst mått av struktur i form av förutbestämda frågor eller teman men samtidigt ett utrymme för viss flexibilitet i intervjusituationen (Edwards et al., 2013: 3,29-30). Edwards et al. skriver att fördelen med denna typ av intervju är att forskaren ges möjlighet att ta tillvara på det som uppkommer i interaktionen med en specifik individ genom att uppmuntra denne att utveckla sådant som är av relevans. Samtalet blir på så vis mer av en dialog i jämförelse med vad som är fallet vid användandet av en strukturerad intervjuform med enbart fasta frågor, något som skapar större möjlighet för intervjuaren att inhämta den kunskap han söker. Samtidigt innebär den partiella struktur och de ramar som den semi-strukturerade intervjun förutsätter att det blir lättare att göra vissa jämförelser intervjuer emellan. Med tanke på dessa partiella ramar är studien inte renodlat explorativ, men innehåller likväl aspekter av det explorativa tankesättet.

2.3.2 Avgränsning och urval

Denna studie har begränsats till tre intervjuer gjorda med tre producenter och låtskrivare verksamma inom den svenska popmusik-branschen. Valet av respondenter har gjorts utifrån så kallad ”purposeful sampling”. Detta innebär ett urval av individer utifrån vad man som forskare själv bedömer vara lämpligt i förhållande till forskningssyftet (Groenewald, 2004). Valet av de tre individerna har mer konkret baserats på att de besitter erfarenheter kring det fenomen jag vill undersöka som är av relevans för studien. Nedan följer en kort presentation av de tre intervjupersonerna:

Wille Enblad är en 19-årig musikproducent och låtskrivare som ägnat de fem senaste åren åt musikskapande, till en början parallellt med sina grundskolestudier men numera på heltid. Wille är, precis som de två andra respondenterna, verksam inom ett låtskrivarkollektiv som håller till i ett studiokomplex på Södermalm som även huserar DJ-akademiens verksamhet, ett företag som erbjuder kurser inom DJ:ing och musikproduktion. Wille arbetar med diverse artister inom olika genrer men som alla huvudsakligen faller under benämningen pop. Nyligen har Wille inlett ett samarbete med Jörgen Elofsson, en av de låtskrivare och

producenter som på 90-talet verkade i Cheiron studios tillsammans med bland annat Max Martin och Denniz Pop.

Micke Lindfors är en 38-årig DJ, musikproducent, mixare, mästare och låtskrivare. Han är också grundare av DJ-akademin och verksam som lärare i DJ:ing och musikproduktion inom denna verksamhet. Micke arbetar, förutom med ovanstående, också aktivt som DJ på Stockholms nattklubbscen. Under sina många år i branschen har Micke jobbat med artister såsom Lili och Susie, Robin Stjernberg samt gjort remixar åt Laleh och Duffy.

Robin Björkholm är gitarrist och arbetar sedan ett flertal år också som DJ, låtskrivare och musikproducent. De genrer han främst rör sig inom är pop, rock och house. Han har bland annat arbetat med band som Moonland samt artister som Michael Andersson som tillsammans med sitt band turnerat med Ricky Martin. Robin har också jobbat med olika beställningsuppdrag, däribland till Djurgården hockey.

I samtliga fall har respondenterna gått med på att figurera med sina riktiga namn.

2.3.3 Utförande

Inför de tre intervjuerna har ett antal fasta frågor samt ett par tänkbara följdfrågor förberetts. I överensstämmelse med den semi-strukturerade intervjuens form har jag sedan under intervju-sessionerna varit öppen för att lägga till ytterligare frågor om detta kunnat gynna insamlandet av relevant data. I en ansats att skapa bättre förutsättningar till jämförelse har jag likväl strävat efter att formulera grundfrågorna på samma vis under de tre genomförda intervjuerna.

Eftersom ett inflikande av frågor påkomna under själva intervjuerna kan tänkas medföra en risk till alltför stor styrning av samtalet, till att strävan efter *epoché* åsidosätts, har jag utgått ifrån principen att enbart försöka ställa följdfrågor på ett sätt som inte antyder att jag fiskar efter ett mer specifikt svar utan som bara uppmuntrar respondenterna att utveckla vad de redan berättat. Detta tänker jag kan uppnås genom att undvika frågor som försöker bekräfta något specifikt, till exempel genom att innehålla påståenden såsom ”så du tror alltså att x kan uppnås genom y?” eller ”jag förstår det alltså som att x gör att y, stämmer det?”. Just denna strävan efter att undvika påståenden eftersom de lätt blir ledande och påverkar den intervjuades svar är något som bekräftas av Trost (2010: 105). Genom att istället ställa frågor

som uppmuntrar till vidare utveckling av något utan att lägga ord i munnen på respondenter eller blanda in egna slutsatser – frågor av slaget ”*kan du berätta lite mer om x?*” eller ”*har du några fler tankar kring y?*”- tänker jag att man i mindre utsträckning påverkar den intervjuades tankar och snarare framför allt uppmuntrar denne att fortsätta reflektera kring de egna erfarenheterna.

Vad gäller de intervjufrågor som förberetts på förhand har även dessa formulerats med avsikten att styra respondenternas svar i så liten utsträckning som möjligt, samtidigt som deras syfte också varit att skapa en struktur i intervjun som sätter ramar för vilka områden som samtalet ska kretsas kring – detta för att öka chansen för insamlandet av relevant data. Ett exempel på denna strävan efter att minimera min påverkan på den intervjuade är frågan: *Vad tror du gör att en poplåt blir framgångsrik? I detta fall tänkte jag initialt att jag skulle formulera mig mer åt följande håll: Vad anser du vara de viktigaste faktorerna bakom en poplåts framgångar idag - handlar det om externa faktorer såsom marknadsföring, exponering och kontakter eller om mer interna strukturer hos musiken såsom på vilket sätt den är uppbyggd?*”. Jag insåg dock att detta skulle innebära en alltför stor styrning av samtalet. Genom att förutsätta att det finns ett antal faktorer som kan förklara en poplåts framgång samt genom att presentera ett antal specifika kategorier till respondenterna, kategorier som dessutom placeras i någon form av dikotomi (externa kontra interna faktorer), finns risken att respondenternas svar kommer att utgå ifrån den presumtiva verklighet som frågans formulering bidrar till att måla upp. Detta kan leda till att den intervjuade egentligen inte förblir helt troget sina egna erfarenhet och att denne därför missar att prata om sådant som annars hade kunna dyka upp som spontana associationer på en mindre styrd fråga.

Trosts (2010) bok *Kvalitativa intervjuer* har bidrag med ytterligare ett antal förhållningsregler som jag försökt att beakta vid formulerandet av mina intervjufrågor samt vid agerandet under själva intervjuerna. Till att börja med har jag försökt att ställa så enkla och raka frågor som möjligt samt att endast ställa en fråga i taget för att minimera risken för missförstånd och feltolkningar (ibid., s.96). Jag har vidare strävat efter att undvika ”varför-frågor” eftersom dessa kan antyda förekommandet av orsakssamband som egentligen inte finns där (ibid., s.102-103). Något annat jag avsett undvika är att utgå ifrån att jag förstår saker bara för att jag kanske tror mig ha kunskaper inom ämnet. Jag har istället strävat efter att ställa många följdfrågor som uppmuntrat respondenterna att förtydliga och utveckla sina idéer (ibid., s.107-108). Trost (2010: 109-110) menar att det är lätt att ta saker för givna, exempelvis för att man utgår ifrån att en viss term betyder

samma sak i den givna kontexten som i andra sammanhang där den förekommer. Denna ambition att ifrågasätta sin egen förståelse stämmer för övrigt väl överens med min strävan efter epoché.

Den intervjumall jag på förhand skapat innehåller tre större frågor kompletterade med två tänkbara följdfrågor vars eventuella framläggande beror av hur respondenterna besvarat de tre huvudfrågorna. Mallen har sett ut på följande vis:

INTERVJUMALL

- *Låt oss säga att du får ett uppdrag om att skriva en poplåt till en väl etablerad internationell artist. Hur skulle du lägga upp arbetet i en sådan situation?*
- *Vad tror du gör att en poplåt blir framgångsrik?*
- **Följdfråga om intervjupersonen ger några mer konkreta svar på ovanstående fråga:** *Är detta något du aktivt tänker på när du själv ska skriva, producera eller ge ut en låt och hur påverkar detta i så fall ditt arbete?*
- *Hur tänker du kring framstående låtskrivare och producenters arbete och framgångar inom popbranschen (exempelvis Max Martin)?*
- **Tänkbar följdfråga (förtydligande):** *har du ngn idé om hur de arbetar mer konkret ?*

De tre intervjuer som genomförts har ägt rum i Studieakademiens lokaler på Södermalm. Längden på dessa har varierat något beroende på hur pass mycket de intervjuade haft att berätta. I genomsnitt har de dock pågått under 20 minuter. Intervjuerna har spelats in med hjälp av en bärbar dator.

Efter intervjuerna har ljudupptagningarna transkriberats och därefter gåtts igenom samtidigt som relevant information i förhållande till uppsatsens syfte strukits unders. Denna information har därefter kodats utifrån olika kategorier/teman, ett arbete som syftat till att skapa en viss struktur och ordning i materialet. Utdrag och redogörelser från dessa teman har sedan fått utgöra innehållet i uppsatsens resultatet. I en avslutande diskussionsdel har slutligen utrymme givits för egna tankar och slutsatser kring det insamlade materialet i förhållande till den tidigare forskning på området som presenterats i uppsatsen inledning.

3 Resultat

3.1 Enkelhet och familjaritet kontra oväntade inslag

Under samtalet med Wille Enblad kring vad som kan tänkas påverka att en poplåt blir framgångsrik återkommer han flera gånger till vikten av att finna en balans mellan å ena sidan det enkla och bekanta och å andra sidan nyskapande oväntade inslag. Samtidigt som han menar att det inte får ”bli för mycket musik”, betonar han det avgörande i att göra fängslande låtar: ”produktionen ska ju va enkel, det ska kännas som det inte händer så mycket, men det ska aldrig bli ointressant... det måste fortsätta va intressant så att man vill fortsätta lyssna vidare”. Wille pratar om att popmusik skall vara ”catchy” eller ”hookig”. För honom innebär detta att musiken är ”nynnbar”, ”repetitiv” och möjlig att ta in och förstå för alla - en enkelhet som innebär att även hans ”sjuåriga lillasyster kan nynna på låten” och som gör att den etsar sig fast i huvudet och ”att du aldrig kan få ut den igen”. Samtidigt ska det alltså enligt Wille finans sådant i musiken som ”sticker ut eller är konstigt”, sådant som gör att låtarna blir kvar i vårt medvetande och som gör att det bli en ”produktion som känns fräsch och är lite nyskapande”. Han menar att det till och med finns ”fall där det inte är alls bra låtar som slår, just för att dom istället bara är konstiga produktioner som folk tycker är nästan humoristiska” – något han exemplifierar med låtar som Harlem Shake och Panda.

Också Micke Lindfors framhäver betydelsen av att en poplåt är trallvänlig: ”poplåtar har ju sitt radioformat, det bör va catchy, nån melodi som folk känner igen”. För Micke innebär catchy att låten ”ska va lätt att ta till sig”, att ”man ska komma ihåg den, den ska sätta sig” och att ”du ska gå runt och nynna på den efter att du har hört låten”. Precis som Wille kopplar Micke detta till att en poplåt i regel är ”relativt enkel” och inte minst att popmusik tenderar att vara stöpt i en tydlig och för de flesta bekant form: ”intro, vers, prechorus, chorus och så vidare”. Parallellt med vikten av denna enkelhet och trallvänlighet betonar Micke i likhet med Wille att många inom popbranschen också strävar efter att ”vara lite nyskapande”, att de försöker ”ligga lite i framkant med allt dom gör”. Han menar att ett lyckat exempel är Justin Timberlake’s Can’t stop the feeling som han kallar “en modern funkpopdiscolåt” där de “har fått det att låta nutid” trots tydliga influenser från tidigare epoker. Detta är för Micke en bra illustration av hur man inom popbranschen ofta försöker skapa något som “inte har hörts förut”, som är “nyskapande slash nåt annorlunda”, vilket kan bidra till att musiken slår.

För Robin Björkholm är det viktigt att ”försöka komma fram till poängen relativt fort”, att pop idag inte kan vara som November rain¹ som är ”nio minuter lång och där det tar ett tag innan man börjar fatta vad det handlar om”. Vikten av enkelhet och tydlighet understryker han framför allt genom att prata om vad motsatsen innebär. Robin menar att folk ibland skriver ”väldigt svävande” och att det är ”svårare för en svävande låt att bli en framgångsrik poplåt”. För mycket information gör nämligen att lyssnaren får svårare att ta in innehållet och måste ”tänka lite för mycket”, vilket blir kontraproduktivt eftersom människor, enligt Robin, ”tycker om grejer dom fattar”. Robin är själv gammal hårdrockare och exemplifierar det ovannämnda genom att jämföra en Bruno-Mars-låt med dödsmetall där han menar att ljudbilden i den sistnämnda typen av musik ofta är otydlig och grötig, dels på grund av att det händer så mycket men också på grund av mixningen samt valet av instrumentljud. Som ett exempel på en teknik för att skapa tydlighet i en låt menar Robin att man redan i ett tidigt skede kan presentera ”en bit av refrängen” eller nån forma av ”pattern ur låten” som senare dyker upp i sin helhet.

Precis som för Wille och Micke handlar det dock enligt Robin inte bara om att göra musik som är tydlig och bekant utan samtidigt om att kunna överraska, om att genom oväntade inslag hitta ett ”nytt sound” och på så vis skapa ”fräsch” musik. För Robin är både The Weekends genombrott samt Bruno Mars nya låt 24k Magic exempel på detta. Han säger att båda innehåller inslag av sådant som är ”lite annorlunda”, ”konstigt” och genreöverskridande, samtidigt som det fortfarande är ”mycket Billboard... mycket pop” över dem. ”Vocoderrösten” i introt till 24k Magic tar han som ett lyckat exempel på införlivandet av otidsenliga element, och den tillfälliga övergången till vad Robin beskriver som ”halvtakt” och ett ”lite trapigare trumbeat” senare i låten menar han illustrerar den spänning ett oväntat inslag kan skapa. Att genre- och epoköverskridande inslag kan lyfta en låt menar Robin inte minst att Max Martins musik är ett utmärkt exempel på. Robin hävdar att dennes framgång delvis kan förklaras av en brokiga musikkbakgrund som bidragit till en framgångsrik förmåga att införliva okonventionella inslag i sin musik. Mer allmänt pratar Robin om oväntade tonartsbyten och mindre vanliga ackordfärgningar som sätt att väcka intresse.

¹ Låt av Guns n'Roses

3.2 Tajming kontra tidlöshet

Något annat som Wille Enblad menar påverkar en poplåts framgångar är ”tajmingen när den släpps”. Wille säger att en låt måste ”kännas fräsch och hänga med i tiden”. Han säger vidare: ”att släppa en house-Levels² nu, även om du har en lika bra melodi, skulle inte va så intressant, jag tror inte den skulle slå så stort, den typen av produktion är över liksom – den typen av dansmusik”. Ett annat exempel på detta menar han är Don’t stop believing med Journey som han säger blev ”stor 30 år efter att den släpptes” tack var att ”den va med i slutavsnittet av Sopranos och Glee” – något som för Wille indikerar att tajming var avgörande för låtens genomslag. Samtidigt som Wille Enblad lyfter fram tajming som en tänkbar faktor bakom musikalisk framgång återkommer han också flera gånger till vad han kallar tidlösa låtar. Exempelvis menar han att Don’t stop believing visserligen fick sitt genombrott långt senare än den skrevs, men att det här egentligen inte handlade om tur eftersom det är ”en bra låt i grunden som är typ tidlös”, en låt som är ”lika bra oavsett typ av produktion”. Wille påstår att det går att avgöra en låts hitpotential om den håller oavsett hur genomarbetad produktionen är med allt vad ”coola sound”, ”moderna syntar” eller ”coola beats” heter. Den ska med andra ord i stort sett vara lika bra ”oavsett i vilken tappning du spelar den ... lika cool när du spelar och sjunger den på piano”. Wille hävdar vidare att det tycks finnas ”vissa ackordföljder eller harmonier och toner till dom som uppenbarligen folk gillar”, en tes som han menar stärks av det faktum att många stora låtar genom historien bygger på exakt samma ackordföljder.

Micke Lindfors pratar precis som Wille Enblad om tajming och tidenslighet och menar bland annat att ”ljudbilden eller ljuden man använder” måste ligga rätt i tiden för att en låt skall slå på bred front. Robin Björkholm, i sin tur, pratar om hur musik är något föränderligt över tid och att tajming därför är avgörande för att en låt skall slå: ”jämför du med 30 år sen, det är helt annorlunda liksom. Pop för 30 år sen kanske är underground idag ... Jag tror det är sjukt mycket tajming”.

3.3 PR, image och budskap

PR, image och att förmedla ett visst budskap är andra faktorer som Wille Enblad anser kunna vara av betydelse för en poplåts genomslag. Han exemplifierad detta med Taylor Swifts låt Bad blood som han kallar en ”inte

² Wille Enblad syftar här på Avicii:s låt Levels

så jävla bra låt” men som ändå ”blev etta på Billboard för att dom gjorde en fet musikvideo”, för att de tog till ”bra PR och sånt där”. För Wille kan arbetet med att skriva musik som ”förmedlar ett budskap eller en känsla ... ungefär som en sommarhit kanske ska kännas somrig och att det ska va glad och dansant ... den här sommarenärevig-känslan liksom” ha betydelse för dess framgång. Han menar inte minst att en text som ”alla kan känna igen sig i” kan spela in i en låts framgångspotential. Samtidigt hävdar han att faktorer som PR för det mesta inte är avgörande utan att det ”i dom flesta av fallen handlar om att låtarna har blivit stora eftersom det är en bra låt”.

När det kommer till att förmedla ett visst budskap i syfte att nå ut till en bred publik menar Robin Björkholm att det är viktigt att ”så många som möjligt relaterar” till en låt och dess textinnehåll för att den skall slå. Det skall vara ”ganska lätt att förstå vad en text handlar om”. Samtidigt påpekar han att ”om flera kan tolka den på olika sätt, då kanske du får en större publik”.

3.4 Samarbete och arbetsmoral

Något som Wille Enblad poängterar flera gånger under sin intervju är vikten av samarbete för att lyckas skriva musik som går hem. Detta är något han menar att ”Max Martin verkar ha fattat”. Wille säger att Max Martin ser till att jobba ”med mycket bra människor”, att han ”vågat hitta folk som är bättre än han själv på saker” och att han på så vis kan dra nytta av att ”alla bidrar med olika saker”, vilket gör att slutresultatet blir bättre – något som Wille själv försöker anamma i sitt arbete. Wille lyfter vidare också fram hårt arbete som en avgörande förklaring till varför somliga lyckas inom popbranschen. Han förklarar sin syn på kopplingen mellan hårt arbete och framgång på följande vis: ”I slutändan tror jag bara att dom har jobbat svårt mycket ... Jag tror inte att det är så mycket svårare än så. Att dom är fjorton timmar om dan i studion liksom och jobbar. Precis som om du ska bli idrottare och du tränar mer än alla andra ... om du vill bli bäst”. När det kommer till kritan menar han att ”oavsett hur mycket formler och verktyg man hittar och om man lär sig saker så är det nog bara att försöka jobba hårdare och mer”.

Även Micke Lindfors tar upp samarbete och arbetsfördelning som viktiga faktorer bakom att lyckas skriva framgångsrik popmusik. Apropå Max Martin och hans team så säger han: ”dom har ju olika områden kan man säga: Max Martin jobbar med sången, Shellback jobbar mer med beats och

produktion”. Han menar att ”alla har sina områden” som de fokuserar på, även om det samtidigt är ”jåkligt duktiga på det mesta”.

Också Robin menar att de människor man omger sig med kan ha betydelse för huruvida man lyckas skriva framgångsrik popmusik eller inte. Robin pratar om hur Max Martin exempelvis har ”våldigt bra folk runt sig” och hur ”han verkar ha allt inhouse ... mixningsingenjörer, masteringingenjörer, fullt med låtskrivare”. Han pratar också om samarbetet mellan Max Martin och Shellback och om hur de delar upp arbetsuppgifterna mellan sig, om hur Max Martin ”jobbar jättemycket med vokalerna” medan Shellback ”är mer involverad i det instrumentala”. Robin menar att Max Martin är väldigt selektiv med vilka han arbetar med, att han har jobbat med folk ”våldigt länge innan han har plockat in dom i teamet”.

3.5 Medvetet kontra lustfyllt arbete

På frågan om han aktivt arbetar med det han under intervjun tagit upp som tänkbara förklaringar till en poplåts framgångar, svarar Wille Enblad att han själv kanske inte alltid är medveten om exakt hur han arbetar, men att det samtidigt är något man jobbar med ”hela tiden, omedvetet” och att man sedan vid tillfälle kan ”gå ut och se på låten utifrån, tänka: funkar det här, är det för svårt, för enkelt”. Däremot ser han det som önskvärt att bli bättre på att arbeta medvetet: ”Tricket är ju att försöka lära sig göra det liksom on purpose ... Det är väl det som dom största har bemästrat”. Han tillägger att ”man försöker nog göra det med flit liksom, när man förfinar saker för att det ska bli enklare typ”. För Wille är denna medvetenhet någonting som karakteriserar framgångsrika producenter som Max Martin. Han menar att dessa blivit skickliga just på att ”skriva popmusik med flit som är catchy”, att någon som Max Martin har ett ”öra för vad en enkel melodi är och en bra låt som folk gillar”. Att börja ”bemästra att skriva en hookig melodi och göra det med flit” innebär för Wille att man ”kommit en bra bit på vägen”. Som bevis på detta medvetna låtskrivande pratar Wille ofta om hur Max Martin ”har skapat väldigt många artister från grunden”. Han nämner Katy Perry, Taylor Swift, Robin, Ace of base, Britney Spears, Backstreet boys som exempel på artister som först ”inte fanns på världskartan” men som Max Martin sedan hjälpt att bli ”störst i världen”. Därmed menar Wille att det inte handlar om ”nån form av tur utan om musik som fungerar”.

Utöver de mer eller mindre kalkylerande strategier som Wille menar kan ligga bakom en låts framgång hävdar han samtidigt att man i slutet av dagen måste gilla det man själv skriver och producerar. Han säger att man får ”försöka glömma allt det här vi precis har pratat om och bara försöka skriva en låt som man gillar själv”. Därefter menar han att man kan ”backa lite och

undersöka: är det nånting att ha... skulle den funka eller har jag tappat det". Om man sedan "tror att den skulle funka och man fortfarande tycker det är en bra låt så sitter man ju och försöker förfina det och göra det bättre".

När det handlar om medvetenhet kring olika arbetsstrategier gör Micke Lindfors skillnad på beställningsjobb och den musik han skriver för sitt egen del. Han säger att "om jag får beställningsjobb, då tänker jag på det" medan han annars kör sitt eget "race" och går på det han känner. Samtidigt försöker Micke hitta en balans: "om det är beställningsjobb försöker jag ändå införliva mig själv", "jag vill ju få in min själ i beställningsjobbet". När vi kommer in på framgångsrika producenter såsom Max Martin uttrycker Micke en stor respekt för den höga nivå dessa klarar av att hålla och för Max Martins förmågan att gång på gång, på ett medvetet sätt, göra bra musik som slår. Micke beskriver det sätt Max Martin arbetar på som "konsekvent varenda jävla gång han gör nånting, att det alltid funkar det han gör... allting är medvetna val". Samtidigt tror han att också producenter som Max Martin och Shellback till viss del utgår ifrån sig själva och går på känsla, men att de kanske gör det i mindre utsträckning än många andra och som en del av en genomtänkt metod: "jag tror att där handlar det också om proffsighet ... jag tror att dom tänker på det men det gäller att få in det i det här metodiska jobbet också". Som exempel tar han Maroon 5:s låt Moves like Jagger som han menar kom till en gång när Shellback "vislade nån melodi och plonkade på gitarren innan nån spelning eller nån intervju". I detta fall var enligt Micke låtens initiala framväxt alltså ett resultat av "vad han kände för just då".

Att skriva i enlighet med sin "själ" är något som Micke återkommer till flera gånger under vår intervju. Dels handlar detta för honom om att tillfredsställa ett eget inre behov, om att hålla den egna lusten till musiken vid liv. Samtidigt menar han att detta sätt att närma sig musik, åtminstone på längre sikt, också är betydelsefullt för att lyckas skriva framgångsrika låtar. Micke hävdar att "många låtar idag tyvärr skrivs utefter en mall och vad som funkar bäst just nu" men att "dom låtarna ... som du själv också vet, dom håller ju en månad och så försvinner dom". Som motexempel tar han Michael Jacksons Bille Jean som han menar inte skrevs utifrån tanken att "nu ska vi in på Spotify top 20", utifrån "det som funkar bäst ju nu", vilket Micke menar bidragit till dess tidlösa framgång. I anslutning till det hävdar han att fler, för sin egen skull, "borde tänka på att skriva utefter den dom är och det dom tycker om och det som känns bra för stunden, inte för att kunna slå, för musiken är inte ett medel för att kunna bli känd – musik kommer utav känslor".

4. Diskussion

Denna studies syfte har varit att undersöka ett antal producenter och låtskrivares tankar kring arbetet med att skapa en framgångsrik poplåt. I somliga fall tycks de tre respondenternas tankar sammanfalla relativt väl, i synnerhet när det kommer till tron på betydelsen av enkelhet och tydlighet, av ett visst mått av oväntade inslag, av tajming samt av att hitta bra människor att samarbeta med. Andra av de förklaringsfaktorer som under samtalen dykt upp har däremot endast förekommit under en eller två av intervjuerna, exempelvis när det kommer till tron på vikten av hårt arbete, av PR och en fördelaktig image samt när det kommer till tron på förekomsten av en slags tidlöshet hos vissa låtar. Detta behöver dock inte nödvändigtvis innebära att respondenterna inte håller med varandra. Det skulle lika gärna kunna handla om att det som framkommit under de tidsbegränsade intervjusituationerna inte ger en uttömmande bild av de intervjuades samlade åsikter. I och med att studien utgått ifrån ett fenomenologiskt inspirerat angreppssätt har min roll som bekant varit att påverka intervjupersonernas tankar och åsikter i så liten utsträckning som möjligt, något som inneburit att inga mer specifika frågor av typen ”tror du att hårt arbete kan vara en relevant faktor bakom framgång” ställts. En av förtjänsterna med detta är att man i högre utsträckning kan utesluta att de fall där respondenternas åsikter sammanfaller är ett resultat av en påverkan och styrning ifrån min sida. En tänkbar nackdel skulle däremot kunna vara att jag inte haft möjlighet att utforska respondenternas åsikter kring information som dykt upp under arbetets gång genom att låta dem reagera på varandras tankar. I en mer omfattande studie hade man eventuellt kunnat genomföra ytterligare en intervjuomgång där de frågor som då ställts i viss mån formulerats utifrån den nyfunna kunskapen.

4.1 Enkelhet och familjaritet kontra oväntade inslag

En hel del av det som framkommit under de tre intervjuerna går att koppla till den forskning kring hur våra musikpreferenser formas som presenteras i uppsatsens inledning. Till att börja med stämmer respondenterna tankar kring vikten av att skriva popmusik som är både enkel, tydlig och som har repetitiva inslag med vad bland annat Nunes, Ordanini & Valesia (2014) samt Breckler, Olsson & Wiggins (2006) säger, något som Laidinig och Schellenberg (2012), som vi sett, kopplar till att det familjära och beräknliga ur ett evolutionärt perspektiv inte uppfattas utgöra ett hot. Respondenterna pratar även om vikten av att bjuda på oväntade inslag, vilket tangerar det som Levitin (2006), North och Hargreaves (1995) samt

Witek et al. (2014) skriver om att vi människor och våra hjärnor reagerar positivt och stimuleras av musik där det finns en balans mellan förutsägbarhet och överraskning. Inte minst menar Levitin, precis som Micke Lindfors och Robin Björkholm, att genreöverskridande inslag i låtar är ett av flera sätt att skapa något nytt och intresseväckande.

Det verkar som om den uppfattade betydelsen av enkelhet, tydlighet, familjaritet och ett mått av oväntade inslag alltså har gott stöd både hos forskning kring hur vår kognition reagerar på musik samt hos verksamma inom branschen - både i form av studiens respondenter samt i form av framstående producenter och låtskrivare såsom Max Martin. Detta skulle kunna tolkas som att detta verkligen är relevanta förklaringsfaktorer bakom varför vissa poplåtar når större framgång än andra. Likväl är det nog viktigt att erinra sig att begrepp som enkelhet och komplexitet är högst subjektiva och därmed inte går att använda som någon exakt måttstock för att avgöra vad som är ett lämpligt innehåll i en poplåt som syftar till att slå stort.

4.2 Tajming kontra tidlöshet

Samtliga intervjuade lyfter också fram betydelsen av tajming, något som kan tänkas hänga ihop med det Salganik & Watts (2008) skriver om att våra preferenser påverkas av utbredda tendenser i det samhälle vi lever i. En låt kanske helt enkelt måste matcha den tidsanda som råder för att nå ut och omfamnas av en större publik. Samtidigt kan man tänka sig att många av de riktigt stora hitsen slår stort också för att de ligger i framkant, för att de till viss del bryter med rådande konventioner - något som samtliga respondenter antyder och som överensstämmer med det vi tidigare nämnt om betydelsen av att överraska lyssnaren. Det är dock viktigt att komma ihåg att inte alla låtar som slår behöver vara banbrytande. Många följer istället i fotspåren på tidigare mer innovativa låtar som inte sällan kanske har utgjort startskottet för en ny trend, subgenrer eller genrer. Som exempel kan man tänkas sig att låtar som One³ och Levels⁴ utgjorde startskottet för den explosion av "house-pop" som under flera år präglade popmusikbranschen. Min poäng är följande: om vi bortser ifrån de ovanligt lyckade kombinationerna av nytt och gammalt som ibland dyker upp och tar världen med storm, så kanske en låt som upplevs alltför annorlunda i förhållande till det som "gäller" vid en viss tidpunkt får svårt att nå ut. Fel tajming kan då med andra ord sätta käppar i hjulen för en låt som kanske vid en annat tidpunkt hade slagit eftersom den då överensstämmer bättre med den rådande tidsandan.

³ Swedish house maffia

⁴ Avicii

När det kommer till tidlöshet och hur, enligt Wille Enblad, somliga låtar besitter vissa egenskaper som gör att de är ”lika bra oavsett typ av produktion”, kan detta tyckas gå stick i stäv med vikten av tajming, som alla de tre respondenterna vid tillfälle betonar. Wille pratar inte minst om hur låten Don't stop believing både är av ett tidlöst slag samtidigt som den fick sitt genombrott ett bra tag efter att den utkom för första gången - något som kan tycks motsägelsefullt. En möjlig tolkning av detta är att en låt kanske i grund och botten kan ha en slags potential för att bli tidlös men att det, för att människor på bredare från skall få upp ögonen för denna potential, krävs ett mått av tajming. För att en låt skall nå ut, få den uppskattning den ”förtjänar” och senare bli tidlös, krävs det kanske helt enkelt ibland att omständigheterna är gynnsamma och tiden är mogen när låten släpps.

Det går dock inte heller att utesluta att respondenternas tankar kanske helt enkelt inte alltid är rakt igenom genomtänkta och att det är detta som resulterar i vissa motsägelser. Eftersom de intervjuade på intet sätt var förberedda på vad intervjun skulle handla om så vore det i själva verket inte konstigt om delar av det som sades uttrycktes på ett spontant och relativt oreflekterat vis i en strävan att kunna ge någon form av svar för att inte sitta där helt handfallen. Och även om respondenterna verkligen är övertygade om samtliga av de teorier de framlagt betyder inte det automatiskt att dessa stämmer och verkligen är baserade på konkreta erfarenheter eller fakta. Kanske handlar det snare om sådant som respondenterna har snappat upp ifrån någon annan eller om ett eget önsketänkande. Detta skulle inte minst gå att koppla till det McIntyre (2008) skriver om hur det ofta finns vissa utbredda föreställning i ett samhälle kring hur saker och ting ligger till, föreställningar som kanske baserar sig mer på en önskan om att något skall vara på ett visst sätt än på hur det egentligen förhåller sig.

I samband med Willes utläggning kring tidlöshet pratar han bland annat om att det finns vissa ackordföljder som tycks tilltala människor. Detta kan vara intressant att sätta i förhållande till det McDermott et al. (2016) skriver om hur den preferens som finns i västerlandet för konsonanta framför dissonanta ackord inte förekommer hos exempelvis urinvånare i Amazonas. Om det nu är så som Wille säger att det finns vissa ackordföljder som vi tilltalas av i högre grad än andra så är det med tanke på det McDermott skriver relevant att påpeka att detta sannolikt är något kulturellt betingat och inte något biologiskt givet i form av en kognitiv preferens. Som så ofta kan man tänka sig att detta är ett fall där den socialisering som samhället exponerar oss för skapar preferenser som vi ibland på ett oreflekterat sätt tar

som av naturen givna. Detta motsäger dock inte att det Wille säger om olika ackordföljder kan tänkas stämma.

4.3 PR, image och budskap

När det kommer till image och budskap pratar Wille Enblad om hur det kan vara fördelaktigt med låtar som förmedlar ett tydlig budskap eller vad man skulle kunna kalla en speciell känsla eller ”vibe”, speciellt om det rör sig om en mer kollektiv känsla som många kan relatera till. Också Robin är inne på detta spår, och menar att denna fördel till stor del hänger ihop med att budskapet är enkelt att ta till sig. Dock nämner Robin samtidigt att det kan vara en fördel om det finns ett visst tolkningsutrymme, att en låt som av lyssnarna kan tolka på olika vis kan tänkas ha en större potential att slå. Detta kan vid första anblicken tyckas motsägelsefullt. En tänkbar tolkning skulle dock kunna vara att en text med ett enkelt och allmängiltigt innehåll också lämnar mer utrymme för subjektiva tolkningar, vilket skulle kunna vara en fördel eftersom det ger lyssnarna större möjlighet att förstå innehållet på ett sätt som rimmar väl med deras egna erfarenheter och tankar – lyssnarna kan på så sätt kanske i större utsträckning göra låtens innehåll till sitt eget än om detta innehåll varit mer specifikt.

Precis som Hesmondhalgh (2007) är Wille Enblad inne på hur medieexponering kan spela roll för om en låt blir framgångsrik eller inte. Även om Wille snarare presenterar Don't stop believings genomslag som ett resultat av tajming, tycker jag att man också kan betrakta denna framgång som ett tänkbart resultat av en framgångsrik PR-kampanj i form av den medieexponering låten gavs i Glee och Sopranos, två väldig populära TV-serier. Man skulle också kunna koppla detta till det North & Hargreaves (1999) skriver om musiken som identitetsmarkör. Att ta in musik, inte sällan äldre sådan, i serier för att skapa en bestämd image är något som idag tycks vanligt förekommande. Valet av låtar framstår ofta som noga uträknat och tycks grunda sig i att förmedla en bestämd identitet eller image riktad till en viss målgrupp. I den djungel av serier som idag existerar finns det både de som tycks gå hem hos en bredare publik men också de som är något mer nischade och som har en mer begränsad målgrupp i åtanke – en publik som tilltalas av vad just de serierna representerar och kan bidra med till deras egen självbild och världsuppfattning. Att ha med en låt i till exempel Glee - en serie som med sina tydliga musikalinslag och kliniskt tillrättalagda poplåtar sannolikt tilltalar enbart vissa - tänker jag i högsta grad bidrar till att låten ifråga blir nära förknippad med en viss image vilket antagligen kommer att underlätta dess genomslag hos den avsedda målgruppen.

Wille Enblad betonar dock i sin intervju att PR i de flesta fall, enligt honom, inte har en avgörande roll för vad som slår eller inte. Detta tillsammans med det faktum att varken Micke eller Robin nämner PR och image som förklaringar till att vissa låtar blir framgångsrika tycker jag är intressant. Jag hade nog förväntat mig att just denna tänkbara faktor skulle ges en mer central roll i mina respondenters redogörelser. En möjlig förklaring till att så inte blev fallet tänker jag skulle kunna hänga ihop med den ovannämnda föreställningen att kreatören i huvudsak är den som avgör sina kreationers ”öde”. Jag tänker att inte minst många låtskrivare inte gärna vill se det som att det till stor del är externa faktorer som avgör om deras verk blir framgångsrika eftersom detta kan väcka känslor av maktlöshet. I grund och botten vill väl de flesta av oss tro att vi är herrar över våra egna liv och att våra framgångar kan tillskrivas oss själva och inte någon annan eller yttre omständigheter. Att istället betrakta musikbranschen i termer av det Csikszentmihalyi (2007) benämner som fält bestående av ”portvaketer” kan då tänkas vara besvärligt för kreatören som för att hålla sin drivkraft och lust vid liv kanske behöver bortse ifrån att musikbranschen idag i mångt och mycket i själva verket styrs av skivbolagsdirektörer samt av människor som innehar inflytelserika positioner inom TV och radio samt på företag som Spotify, Amazon och Apple. En sista tanke kring varför arbete med PR gavs så litet utrymme i intervjuerna är att mina frågor framför allt betonar arbetet som individ vid skapandet av framgångsrika poplåtar och kanske inte i tillräcklig utsträckning bjuder in till att reflektera kring hur omgivningen eventuellt också har ett finger med i spelet. Detta var inget medvetet val ifrån min sida utan något jag uppfattat först nu i efterhand. Framtida studier av liknande slag skulle med fördel kanske kunna ta hänsyn till detta.

4.4 Samarbete och hårt arbete

Som vi sett tycks samtliga intervjuade vara överens om att bra samarbeten kan vara en nyckel till framgång inom musikbranschen och att detta är något namnkunniga producenter såsom Max Martin verkar ha kommit till insikt om och tagit fasta på. Denna bild av hur musikbranschen fungerar tycks stämma väl överens med den ”hitfabrik” bestående av en tydligt uppdelad arbetsfördelning mellan ett nätverk av människor som vi sett John Seabrook (2005) tala om. Att hårt arbete, precis som Wille Enblad lyfter fram, vidare kan vara en viktig faktor bakom framgång är kanske inget uppseendeväckande. Få ifrågasätter nog tanken om att en god arbetsmoral, oavsett vilket område det än rör sig om, ofta är en förutsättning för att nå långt och lyckas. Att besitta talang leder nog sällan på egen hand till framgång om det saknas driv till att förvalta denna talang och genom hårt arbete förfina och omsätta den till något konkret.

4.5 Medvetet kontra lustfyllt arbete

Att både Wille Enblad och Micke Lindfors hävdar att ett medvetet arbete kring konkreta låtskrivarstrategier kan ha betydelse för en låts framgångar, och att detta inte minst är något som karakteriserar Max Martins storhet, är intressant inte minst i förhållande till det vi sett att McIntyre (2008) skriver om den utbredda föreställningen om den överbegåvade kreatörens suveränitet. Att både Wille och Micke tycks betrakta Max Martins framgångar i synnerhet som ett resultat av hans skicklighet skulle kunna ses som ett uttryck för detta förstorande av den roll kreatören själv spelar i sin framgångssaga, eller åtminstone som en bristande förmåga till att se betydelsen av andra faktorerers inverkan på en persons framgångar (tillfälligheter, kontakter, personliga egenskaper som inte har med själva hantverket att göra, osv). Samtidigt påpekar ju både Wille och Micke att goda samarbeten är en viktig faktor bakom framgång inom musikbranschen, inte minst i Max Martins fall. Att de vidare också lyfter fram tajming samt, i Willes fall, PR som två andra faktorer tyder trots allt på att de åtminstone i viss utsträckning delar McIntyres syn på hur kreatören i egenskap av individ både påverkar och påverkas av popbranschens och samhällets givna förutsättningar och spelregler.

Om vi slutligen tittar på kopplingen mellan framgång och lustfylldhet så förstår vi att åtminstone Wille Enblad och Micke Lindfors anser att det i slutändan är viktigt, ja kanske rentav nödvändigt, att skriva utifrån sig själv. Jag får uppfattningen att båda anser att detta skapar bättre förutsättningar för att skriva bra musik, något som delvis skulle kunna handla om att denna typ av inställning kanske är en förutsättning för att känna lust inför sitt arbete, vilket man kan tänka sig påverkar slutprodukten positivt. Om det är som Wille säger att det krävs hårt arbete för att lyckas kan man inte minst tänka sig att ett visst mått av lust är en viktig drivkraft för att orka med allt detta arbete. För Micke tycks det handla mycket om att vara trogen sig själv och sina egna känslor och preferenser. Genom att, som han säger, lägga ner en del av sin själ, menar han att förutsättningar för att skapa riktigt framgångsrika låtar skapas. Jag tolkar det som att Micke här är på jakt efter en slags autenticitet som han menar kommer att lysa igenom i slutprodukten och tilltala lyssnaren.

Det som emellertid kan tyckas något paradoxal i sammanhanget, och som till viss del redan diskuterats, är de kommentarer som både Wille och Micke faller om Max Martin och hans framgångsrecept. Båda tycks häva att en viktig orsak till hans medgångar är just hans förmåga att skapa musik på ett kalkylerande vis, att han som Wille uttrycker det bemästrar att ”skriva

popmusik med flit som är catchy”. Eller som Micke formulerar det: ”den nivå som dom är på, det är att kunna göra väldigt bra låtar på tjugofem minuter varje gång, medvetet”. Genom att i ena stunden lyfta förmågan att ta till medvetna strategier men i nästa istället prata om svårigheten eller rentutav nackdelen med detta, framstår de båda som något kluvna. En möjlighet är dock att tolka denna kluvenhet som att det finns olika steg i en låtskrivarprocess där kalkylerande medvetenhet å ena sidan och ”feeling” och egna preferenser å andra sidan ges olika mycket utrymme beroende på var man befinner sig i processen. Kanske är det detta som Wille syftar på när han säger att man nog inte ständigt är medveten om vad man gör men att man med jämna mellanrum måste ”gå ut och se på låten utifrån, tänka: funkar det här, är det för svårt, för enkelt”.

4.6 Glad musik

Ingen av respondenterna tar upp att man genom att skriva ”glad” musik som går i dur samt i ett högre tempo skulle kunna öka chanserna för att nå fram till en större publik, ett möjligt samband som vi sett att Ladinig och Schellenberg (2012) och även i viss mån Witek, då han pratar om hur dansmusik av en viss karaktär tilltalar oss, har funnit vissa belägg för. Kanske är detta något respondenterna aldrig funderat på. En annan möjlighet är att de helt enkelt inte tror på ett samband av detta slag. I mitt eget fall hade jag aldrig tidigare kommit i kontakt med någon forskning kring just detta. Däremot hade det tidigare slagit mig att mycket av den allra framgångsrikaste popmusiken tenderar att vara av ett mer dansant slag eller åtminstone bestå av ett musikaliskt- och/eller textinnehåll av en relativt optimistisk och livfull karaktär. En tanke som först nu slår mig är att det kanske finns en koppling mellan detta och den överlevnadsinstinkt som bland annat Levitin (2006) är inne på när han pratar om att musik har en stark förmåga att påverka vårt humör och att vi därför ibland väljer bort mindre förutsägbara låtar eftersom de riskerar att påverkade oss emotionellt i oönskad riktning. Jag tänker helt enkelt att preferensen för ”gladare” mer livsbejakande musik kanske delvis hänger ihop med att denna i viss mån är mindre ”riskabel” för oss.

4.7 Konsten att skriva en framgångsrik poplåt

Precis som vi sett Wallin, Merker och Brown (2000), Salimpoor och Zatorre (2013), Levitin (2006) samt Goldberg och Zilca (2011) konstatera, är musiken något som genom historien varit en relativt central del av människans tillvaro och som än idag tar upp mycket av vår tid - och så lär det sannolikt fortsätta. Att så många intresserar sig för och i någon mån

försöker plocka isär och förstå musiken på ett mer systematiskt sätt - inte minst när det kommer till hur man kan tänkas gå tillväga för att skriva en hitlåt - är därmed inte speciellt märkligt. Samtidigt tror jag det är viktigt att inte förlita sig blint på olika mer eller mindre systematiska förklaringsmodeller för vad som gör att en låt når framgång. H.C. Andersen lär ha sagt att ”where words fail, music speaks”. Möjligtvis är det så att musiken, på samma sätt som den i somliga fall tycks kunna uttrycka sådant som inte språket mäktar med, inte heller alltid helt går att förklara eller analysera i ord. Kanske måste vi finna oss i att musiken till viss del är att betrakta som ett mindre mysterium som berör, upprör, förför och stör oss utan att vi riktigt kan sätta ord på varför. Kanske måste vi acceptera att det faktum att vissa låtar tilltalar så många medan andra inte gör det inte helt går att förklara genom någon form av närmast matematiska kalkyler.

Jag tror vidare det är viktigt att komma ihåg det McIntyre (2008) skriver om hur den inte sällan förfäktade föreställningen om den mytomsusade individen som uppfattas besitta förmågor utöver det vanliga kan vilseleda oss att underskatta betydelsen av omständigheter och tillfälligheter. För även om en del av de som når framgång exempelvis inom musikbranschen säkert till viss del gör det tack vare sin skicklighet, så kan vi nog utifrån denna studie och i enlighet med tidigare forskning på området konstatera att orsakssambanden ofta är mer komplex än så. Konsten att skriva en framgångsrik poplåt tycks precis som våra musikpreferensers ursprung dels sällan låta sig kokas ner till ett fåtal konkreta faktorer, dels tycks flera av de många bakomliggande faktorerna röra sig bortom individens direkta kontroll. Det finns med andra ord sannolikt ingen felfri gör-det-själv-formel för att skriva en topplisteetta; de bakomliggande faktorerna varierar säkerligen inte minst från gång till gång.

4.8 Applicering

Med detta sagt, vill jag likväl tro att det finns lärdomar att dra från en studie som denna. Dels tänker jag att den bidrar med konkreta exempel på åtminstone ett antal av de faktorer som utgör bitar i det komplexa förklaringspusslet bakom en låts framgångar. Dels visar den också att det finns verksamma inom popbranschen som arbetar på ett medvetet sätt kring låtskrivande och produktion, som med hjälp av konkreta strategier och verktyg strävar efter att åstadkomma en attraktiv slutprodukt – något vi inte minst får ta del av genom Gradvalls (2016) redogörelse av hur Max Martin närmar sig låtskrivande, ett angreppssätt som närmast liknar filmregissörens dramaturgiska tänkt. Jag tänker att vetenskapen om dessa strategier är något

man som lärare med fördel kan ta med sig in i klassrummet och med stöd i Websters (2002) tankar kring kreativitet och utlärande använda för att berika den del av undervisningen i grundskolan och gymnasiet som idag förväntas kretsa kring låtskrivande och produktion. Inte minst tror jag detta kan bli värdefullt eftersom kopplingen till den nutida musik många ungdomar lyssnar på är så tydlig, något som säkert kan bidra till att väcka intresse och skapa en känsla av relevans. Som Bonneville-Roussy (2013) skriver tycks våra musikpreferenser variera över tid och att undervisa i senare delen av grundskolan och i gymnasiet tänker jag för många elever motsvaras av den mellanfas i livet som enligt Bonneville-Roussy kännetecknas av en preferens för musik som bidrar till socialt umgänge vilket ofta resulterar i en samtida bredare musiksmak - något som rimmar väl med just popmusik. Självfallet består en del av lärarens uppdrag i att vidga sina elevers horisonter. Samtidigt tror jag också det är av yttersta vikt att förankra undervisningen i elevernas egna verklighet.

Till sist vill jag slå ett slag för det konstruktivistiskt inspirerade förhållningssätt till undervisning som Webster (2002) förespråkar. Jag vill slå ett slag för en form av undervisning där kreativitet och skapande är självklara delar och där konkreta kunskaper kring bland annat låtskrivande och popmusik kan fungera som verktyg och vägledning för unga med vars hjälp de uppmuntras utforska och utveckla sitt eget skapandet och sin egen musikalitet. Detta tänker jag dels har ett intrinsiskt värde för eleverna; att få ge uttryck för sin inneboende kreativitet tror jag både är en stor källa till glädje och inre tillfredsställelse samt en källa till personutveckling. Jag tänker också, om man väljer att se det lite mer krasst, att denna typ av förhållningssätt till lärande i allmänhet och till musik i synnerhet kan ha ett värde för Sverige som nation. Som vi sett Mattmar (2013) konstatera är vi idag världens största musikexportör per capita. Att utforma skolundervisningen på ett sätt som effektivt bejakar och utvecklar elevers kreativitet tänker jag inte kan vara annat än en fördel om vi i framtiden vill kunna fortsätta exportera vår musik. I en allt hårdare allmän global konkurrens där länder som China och Indien på många områden har knäppt in och i vissa fall rentutav gått om västvärlden, tror jag vidare att man kan se kreativitet och innovation som ett av få områden där vi fortfarande har ett visst övertag. Låt oss följaktligen använda oss av de kunskaper kring låtskrivande och produktion som denna och andra studier kan generera i syfte att bejaka kreativitet och skapande som medel för utveckling – både för den enskilda individen samt på mer nationell nivå.

5. Referenser

Ahrne, Göran, Ahrne, Göran & Svensson, Peter (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. (1. uppl.). Malmö, Sverige: Liber.

Barrie, T. (2016) *Pop music overtakes rock as UK's most popular genre*. Tillgänglig genom: <http://www.gigwise.com/news/99413/pop-music-overtakes-rock-as-uks-most-popular-genr> (27 October 2016).

Bednall, J. (2006). Epoche and bracketing within the phenomenological paradigm. *Issues in Educational Research*, 16(2), 123–138. (Hämtad från: <http://www.iier.org.au/iier16/bednall.html>)

Billboard (2016). *Max Martin's hot 100 no. 1 as a Songwriter*. Tillgänglig genom: <http://www.billboard.com/photos/7378263/max-martin-hot-100-no-1-hits-as-a-songwriter/1> (8 October 2016).

Blood, A.J. and Zatorre, R.J. (2001). Intensely pleasurable responses to music correlate with activity in brain regions implicated in reward and emotion. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 98(20), 11818–11823. doi: 10.1073/pnas.191355898.

Bonneville-Roussy, A., Rentfrow, P. J., Xu, M. K., & Potter, J. (2013). Music through the ages: Trends in musical engagement and preferences from adolescence through middle adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(4), 703–717. doi:10.1037/a0033770

Groenewald, T. (2004). A phenomenological research design illustrated. *International Journal of Qualitative Methods*, 3(1). Article 4. Hämtad 2016.10.26 från www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_1/pdf/groenewald.pdf

Breckler, S.J.J., Olson, J.M. and Wiggins, E.C. (2005). *Social psychology alive*. Florence, KY, USA: Wadsworth Publishing Co.

Csikszentmihalyi, M. (2007) *Creativity flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins Publishers.

Doupleff, M. (2014) *Anatomy of A dance hit: Why we love to boogie with Pharrell*. Tillgänglig genom: <http://www.npr.org/sections/health-shots/2014/05/30/317019212/anatomy-of-a-dance-hit-why-we-love-to-boogie-with-pharrell> (10 October 2016).

Edwards, R., Holland, J., Edwards, P.R. and Holland, P.J. (2013). *What is qualitative interviewing?* London, Storbritannien: Bloomsbury Publishing PLC

Gunnarsson, R. (2009). *Vetenskapsteori*. Tillgänglig genom: <http://infovoice.se/fou/bok/10000025.shtml> (27 October 2016).

Gradvall, J. (2016). *World exclusive: Max Martin, #1 hitmaker*. Tillgänglig genom: <http://storytelling.di.se/max-martin-english/> (8 October 2016).

Hesmondhalgh, D. (2007). Audiences and everyday aesthetics: Talking about good and bad music. *European Journal of Cultural Studies*, 10(4), 507–527. doi:10.1177/1367549407081959

Holmqvist, A. (2015). Nöjesbladet avslöjar: Max Martin får regeringens exportpris. Tillgänglig genom: www.aftonbladet.se/nojesbladet/musik/article20489941.ab (16 december 2016)

Jaeger, R., & Halliday, T. (1998). On confirmatory versus exploratory research. *Herpetologica*, 54, 64–66.

Ladinig, O., & Schellenberg, E. G. (2012). Liking unfamiliar music: Effects of felt emotion and individual differences. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(2), 146–154. doi:10.1037/a0024671

Levitin, D. J. (2006). *This is your brain on music: The science of a human obsession*. New York, NY: Penguin Group (USA).

Löfvendahl, B. (2016). *Max Martin om Polarpriset: En ära*. Tillgänglig genom: <http://www.svd.se/0830-arets-vinnare-av-polarpriset-tillkannages> (8 oktober 2016).

Mason, K. (2013). *Daft punk on EDM producers: 'They're missing the tools'*. Tillgänglig genom: <http://www.billboard.com/articles/columns/code/1560708/daft-punk-on-edm-producers-theyre-missing-the-tools> (8 October 2016).

Mattmar, U. (2013). Sverige världsledande på hitlåtar. *Sveriges television*. Tillgänglig genom: www.svt.se/nyheter/sverige/sverige-varldsledande-pa-hitlatar (29 oktober 2016)

McDermott, J. H., Schultz, A. F., Undurraga, E. A., & Godoy, R. A. (2016). Indifference to dissonance in native Amazonians reveals cultural variation in music perception. *Nature*, *535*(7613), 547–550. doi:10.1038/nature18635

McIntyre, P. (2008). Creativity and cultural production: A study of contemporary western popular music Songwriting. *Creativity Research Journal*, *20*(1), 40–52. doi:10.1080/10400410701841898

Nicholson, N. (1998). *How Hardwired is human behavior?* Tillgänglig genom: <https://hbr.org/1998/07/how-hardwired-is-human-behavior> (8 October 2016).

North, A. C., & Hargreaves, D. J. (1995). Subjective complexity, familiarity, and liking for popular music. *Psychomusicology: A Journal of Research in Music Cognition*, *14*(1-2), 77–93. doi:10.1037/h0094090

North, A. C., & Hargreaves, D. J. (1999). Music and adolescent identity. *Music Education Research*, *1*(1), 75–92. doi:10.1080/1461380990010107

Nunes, J. C., Ordanini, A., & Valsesia, F. (2015). The power of repetition: Repetitive lyrics in a song increase processing fluency and drive market success. *Journal of Consumer Psychology*, *25*(2), 187–199. doi:10.1016/j.jcps.2014.12.004

Percino, G., Klimek, P., & Thurner, S. (2014). Instrumentational complexity of music genres and why simplicity sells. *PLoS ONE*, *9*(12), e115255. doi:10.1371/journal.pone.0115255

Pereira, C. S., Teixeira, J., Figueiredo, P., Xavier, J., Castro, S. L., & Brattico, E. (2011). Music and emotions in the brain: Familiarity matters. *PLoS ONE*, *6*(11), e27241. doi:10.1371/journal.pone.0027241

Rentfrow, P. J., Goldberg, L. R., & Zilca, R. (2011). Listening, watching, and reading: The structure and Correlates of entertainment preferences. *Journal of Personality*, *79*(2), 223–258. doi:10.1111/j.1467-6494.2010.00662.x

Resnikoff, P. (2016). *What are the most popular music genres in America?* Tillgänglig genom: <http://www.digitalmusicnews.com/2016/04/07/most-popular-music-genres-america/> (27 October 2016).

Salganik, M. J., & Watts, D. J. (2008). Leading the herd astray: An experimental study of self-fulfilling prophecies in an artificial cultural market. *Social Psychology Quarterly*, 71(4), 338–355. doi:10.1177/019027250807100404

Salimpoor, V., Zatorre, R. (2013), Why music makes our brain sing. Tillgänglig genom: <http://cmfinc.org/wp-content/uploads/2013/08/NY-Times-Brain-Music-Article.pdf> (4 november 2016)

Skolverket (2016). Läroplan för gymnasieutbildning. Tillgänglig genom: www.skolverket.se/laroplaner-amnen-och-kurser/gymnasieutbildning/gymnasiesarskola/sok-amnesplaner-och-kurser/subject.htm?subjectCode=MUK&lang=sv&tos=gys (4 november 2016)

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer* (4th ed.). Lund: Studentlitteratur.

Trust, G. (2015). *Ask billboard: Max Martin has written how many hot 100 top 10s* Tillgänglig genom: <http://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/6664085/ask-billboard-max-martin-has-written-how-many-hot-100-top-10s> (8 October 2016).

Wallin, N. L., Merker, B., & Brown, S. (2000). *The origins of music*. Cambridge, MA, Storbritannien: MIT Press.

Waters, J. (2016). *Phenomenological research guidelines*. Tillgänglig genom: www.capilanou.ca/psychology/student-resources/research-guidelines/Phenomenological-Research-Guidelines/ (27 October 2016).

Webster, P. R. (2002). *Creative thinking and music education: encouraging students to make aesthetic decisions*. Proceedings of the 10th Anniversary European Society for the Cognitive Sciences of Music, Musical Creativity Conference. Liege: University of Liège

Weiner, J. (2013). *Daft punk reveal secrets of new album*. Tillgänglig genom: <http://www.rollingstone.com/music/news/exclusive-daft-punk-reveal-secrets-of-new-album-> (8 October 2016)

Witek, M. A. G., Clarke, E. F., Wallentin, M., Kringelbach, M. L., & Vuust, P. (2014). Syncopation, body-movement and pleasure in groove music. *PLoS ONE*, 9(4), e94446. doi:10.1371/journal.pone.0094446

Yin, R.K. (2010) *Qualitative research from start to finish*. New York, USA: Guilford Publications.