

Kurs: **EG8050 Själständigt arbete i  
musikproduktion, 15 hp VT 2024**

Kandidatexamen i musik

Institutionen för Musik- och medieproduktion

---

Handledare: Thomas Florén och Hans Gardemar

Storm Dunder

# WELCOME HOME

Dokumentations- och marknadsföringssyftets  
inverkan på audiovisuellt material

Skriftlig reflektion inom självständigt arbete

Till dokumentationen hör även följande videor:

”Welcome\_Home\_Bilaga1.mp4, Welcome\_Home\_Bilaga2.mp4, Welcome\_Home\_Bilaga3.mp4, Welcome\_Home\_Bilaga4.mp4,  
Welcome\_Home\_Bilaga5.mp4”

## Abstract (English)

In this paper I examine how two different purposes shape the pre-production and postproduction of audiovisual media by recording and filming a live concert. I have defined the purposes as two different aesthetics: documentation aesthetic and marketing aesthetic. And used the definitions as tools to analyze the process of creating a documentation of a concert and multiple marketing videos aimed at the social media platform *TikTok* using the same recorded material. I have also reflected on authenticity in both audio and visual documentation as well as ways in which modifying and stretching the truth can enable a better documentary representation of a live concert.

## Abstract (Svenska)

I denna uppsats undersöker jag hur två olika syften påverkar förproduktionen och efterproduktionen av audiovisuella medier genom att spela in och filma en livekonsert. Jag har definierat syftena som två olika estetiker: dokumentationsestetiken och marknadsföringsestetiken. Och använt definitionerna som verktyg för att analysera processen att skapa en dokumentation av en konsert, och flera marknadsföringsvideor riktade mot sociala medieplattformen *TikTok* med hjälp av samma inspelade material. Jag har också reflekterat över autenticitet i både ljud- och bilddokumentation samt på vilka sätt modifiering och täjning av sanningen kan möjliggöra en bättre representation av en livekonsert.

*Nyckelord: Musikproduktion, Mediaproduktion, Estetik, Mixning, Filmklippning, Dokumentation, Marknadsföring, Sociala Medier, TikTok*

# Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Bakgrund .....	1
Syfte & Frågeställningar.....	2
<i>Avgränsningar</i> .....	2
Metod.....	2
Definitioner .....	2
Tidigare forskning och teoretiska utgångspunkter .....	5
Genomförande .....	6
Förarbete.....	7
<i>Ljudinspelning</i> .....	7
<i>Filminspelning</i> .....	7
Genomförande av konsert.....	8
Efterarbete.....	9
<i>Mixning</i> .....	9
<i>Filmklippning</i> .....	10
Resultat.....	11
Avslutande Reflektion.....	13
Förslag till framtida forskning .....	16
Källförteckning/referenser: .....	17

# Inledning

På vilka sätt kan två olika syften påverka för- och efterarbetet ett audiovisuellt verk? Hur kan olika syften ta sig estetiska uttryck? I detta examensarbete vill jag undersöka denna tanke genom att definiera två estetiker utefter två olika syften; dokumentationssyftet och marknadsföringssyftet. Jag har benämnt dessa som den *dokumentära estetiken* respektive *marknadsföringsestetiken*. Jag tror att dessa syften flyta ihop, och ibland överlappa varandra, men jag upplever ändå att det är två olika estetiker som går att särskilja. I arbetet har jag själv formulerat vad jag avser med dessa två begrepp som jag sedan använt för att analysera de två processerna med att filmatisera mitt konsertprojekt *Welcome Home* samt skapa marknadsföringsmaterial som riktar sig till sociala medie-plattformen *TikTok*. Jag har intresserat mig för frågor och aspekter så som hur processen påverkas av de olika estetikerna, vilka möjligheter och hinder som uppstår och hur de påverkar olika beslut under processen.

## *Bakgrund*

I september 2022 påbörjade jag en könsbekräftande hormonbehandling med testosteron. Jag hade sedan tidigare bestämt att när jag påbörjade behandlingen skulle jag skapa ett album som kronologiskt dokumenterade hur min röst förändrades, detta album döpte jag till *Welcome Home*. Samtidigt utvecklade jag en scenkonstföreställning med samma namn där förändringen i min röst i stället påvisades genom inspelningar av min tal-röst som ställdes i kontrast till den röst jag hade på scen efter att förändringen hade börjat ske. Scenkonstverket avslutades med en duett mellan en inspelning av min röst från innan den förändrades, och min röst live. *Welcome Home* framfördes som soloföreställning där jag var den enda personen på scen och en stor del av musiken var inspelad sedan tidigare. Jag anser att *Welcome Home* är ett intressant projekt att använda för att undersöka skillnaden mellan konstnärligt arbete enligt en dokumentations- och marknadsföringsestetik då verket i sin grund både är en dokumentation av hur min röst har förändrats, och en produkt som kan marknadsföras oavsett om den är i scenkonst- eller albumformat.

## Syfte & Frågeställningar

Syftet med mitt examensarbete är dels att bättre förstå hur mitt eget skapande påverkas av olika syften. Dels är syftet att presentera två begrepp som kan användas för undersökning och analys av hur de båda syftena påverkar arbetet med, och uttrycket i audiovisuell konst. De båda begreppen ska således betraktas som analytiska verktyg.

Utifrån denna inledning och syfte har jag formulerat tre forskningsfrågor:

1. Hur påverkar dessa två syften för- och efterarbete vid inspelning av en konsert?
2. Hur påverkar dessa två syften beslutsfattande under processen?
3. Vilka möjligheter och hinder medför dessa två syften?

## Avgränsningar

Jag kommer i detta projekt inte undersöka huruvida andra personer tolkar resultaten som ett verk skapat i dokumentations- eller marknadsföringssyfte utan i stället fokusera på hur min definition av dessa syften påverkar mitt konstnärliga arbete. Jag kommer inte heller utförligt dokumentera eller analysera det musikaliska förarbetet, det vill säga arrangemangen av låtarna samt arbetet med det visuella materialet som projicerades live under konserten, eftersom detta visade sig bli ett för stort arbete för att inkludera i denna studie.

## Metod

I detta avsnitt kommer jag definiera uttrycken *Dokumentationsestetik* och *Marknadsföringsestetik* samt presentera hur arbetet utifrån dessa estetiker skiljs åt, och på vilka sätt de överlappar varandra.

## Definitioner

Jag upplever att dokumentationssyftet och marknadsföringssyftet kan definieras som två olika estetiker då de har olika estetiska riktlinjer som bör följas för att syftet ska nås upp till.

Det finns dock platser där dessa estetiker överlappar varandra. I en dokumentation av en musikalisk händelse, en konsert, är alla deltagare i filmen artister för vilka "uppträdandet" är en stor del av både deras konstnärs- och marknadsföringsliv. Det skapas därför en spänning i konsertfilmen mellan det autentiska och det performativa eftersom filmens subjekt är en

eller flera personer vars yrke är att skapa ett narrativ eller förkroppsliga en persona (Fox, 2024). En dokumentation av en händelse kan därför tolkas som, användas som, samt skapas i syftet att marknadsföra en artist, ett band, ett konstnärligt projekt. I detta arbete vill jag särskilja dokumentation och dokumentär av just denna anledning. Det konstnärliga verket skapat i dokumentationssyfte är inte en dokumentär där subjektens personliga liv ska dokumenteras, utan en dokumentation av framförandet av *Welcome Home* på Kungliga Musikhögskolan (KMH) 2024.

Begreppet dokumentationestetik syftar till audiovisuellt material som påstår sig representera en händelse. Jag anser att dokumentationestetiken har som grundläggande riktlinje att ljud och bild ska vara synkroniserat. Om en dokumentation av en musikalisk händelse innehåller exempelvis slowmotion kan åskådaren påminnas om att materialet är bearbetat, vilket kan leda till att det inte upplevs som en sann skildring av händelsen. Dokumentationens ljudbearbetning, att behålla rumsklangen, brus i bakgrunden, publikljud och andra bakgrundsljud tror jag även kommer bibehålla känslan av att produktionen är verklighetsförankrad, att åskådarens upplevelse till så stor grad som möjligt, är samma upplevelse som publiken hade.

Dessa riktlinjer upplever jag inte styr produktionen av audiovisuellt material enligt en marknadsföringestetik. Denna estetik syftar till audiovisuellt material skapat i syfte att marknadsföra en produkt. I denna studie kommer jag skapa marknadsföringsmaterial ämnat för sociala medier vilket kommer påverka hur jag definierar estetiken. Effekter som slowmotion, filter som tydligt manipulerar verkligheten genom att exempelvis förvränga proportioner eller färger, högt tempo mellan klipp och tydligt bearbetad musik kan då vara fördelaktigt. Musiken behöver i arbetet med detta material inte synkroniseras till det visuella materialet då det inte är en specifik händelse som marknadsförs. I denna studie är produkten som marknadsförs ett konstnärligt projekt. En annan viktig aspekt att ha i åtanke under arbetet med marknadsföringsmaterial är längden på videorna. Trots att TikTok har gjort det möjligt att publicera videor upp till 10 min är plattformen mest känd för videor mellan 15 sekunder och 3 min långa, en riktlinje sprungen ur plattformens design där de användare som använder plattformen för att både spela in och redigera videor väljer maxlängd på videon - 15 sekunder, 1, 3, eller (enbart för vissa användare) 10 minuter - innan hen börjar filma (Radovanović, 2022). Detta är ännu ett argument till att musik och video inte behöver vara synkroniserat då det kan vara fördelaktigt att ha flera klipp från olika delar av konserten i en video med samma musik i bakgrunden.

För marknadsföringsmaterial används ofta ett så kallat Call to Action (CTA), en uppmaning till publiken att agera. Exempel på CTAs som ofta används är att uppmuntra till prenumerationer eller möjligheter att lära sig mer om en produkt eller tjänst (Chen, Yeh & Chang, 2020). Min erfarenhet är att CTAs ofta används av musikkapare för att uppmana publiken att följa skaparen på sociala medier, lyssna på ett album eller en singel, köpa merchandise, eller biljetter till en konsert. Det viktigaste med ett CTA är att designen är intuitiv och att information om vad publiken behöver göra för att fullborda handlingen är tydlig och ärlig (Mejtoft, Hedlund, Söderström, Norberg, 2021).

Plattformen som materialet ska publiceras på bör även finnas i åtanke i för- och efterarbetet av materialet. Då marknadsföringsmaterialet i denna studie är ämnat för de sociala medieplattformen TikTok ska materialet klippas i vertikalt format (9:16) eftersom det på bästa sätt utnyttjar en smartphones skärm, och videor i horisontellt format (16:9) kan anses vara ett tecken på lathet och ovilja att engagera sig i de sociala mediernas publik (Radovanović, 2022). Materialet som bearbetas enligt en dokumentationestetik kommer däremot klippas i horisontellt format då detta är standard för både TV apparater och datorskärmar samt plattformen Youtube (Holtz, Kavanaugh, Harriman, 2024).

Utöver de estetiska riktlinjerna kommer påverkades även det audiovisuella verket av *Welcome Home's* handling och estetik. *Welcome Home* är en berättelse om en maskin med ett avlägset minne av att ha varit ett barn, som förvandlats till en mekanisk varelse genom gradvisa utbyten av kroppsdelar. *Welcome Home* följer maskinens desperata strävan att återfå sin mänsklighet, att hitta hem. Kostymen jag bär under konserten är byggd av kretskort från datorer, tv-spelskontroller, och hårddiskar som jag har plockat isär, sammanlänkade med kedjor. Maskineriet finns även med i det visuella materialet som under konserten projiceras på väggen bakom musikerna. Där visas bland annat klipp på kretskort tillsammans med verktyg på ett arbetsbord, händer som styr de isärplockade tv-spelskontrollerna, och kretskortskostymen i olika versioner allt eftersom den har utvecklats. Dessa blandas med filmer från olika skogar och sjöar, telefonsamtal under träd och i kojor, både fester och ensamma stunder i ett badkar, och närbilder på min kropp. Alla dessa komponenter bidrar till verkets estetik och påverkade urvalen av klipp samt stil och tempo i klippningen.

## *Tidigare forskning och teoretiska utgångspunkter*

Jag har i arbetet med denna studie inte kunnat hitta tidigare forskning som undersöker hur för- och efterarbetet av ett konstnärligt verk förändras utav olika syften. Jag har inte heller kunnat hitta forskning som tydligt skiljer på dokumentation och marknadsföring. Jag tror att detta beror på att det handlar om två mycket breda begrepp, och att en stor del av den tidigare forskning därför har handlat om att definiera vad exempelvis ”dokumentär” betyder, samt att analysera de olika typerna av dokumentär som finns i litteratur, film, och journalistik. Det har även forskats kring vilka normer, och etiska och moraliska frågor som genomsyrar det dokumentära arbetet. Däremot har jag hittat tidigare forskning som understryker situationer där marknadsföring och dokumentation överlappar. I boken ”Music Films: Documentaries, Concert Films and Other Cinematic Representations of Popular Music” (Fox, 2024) resonerar Fox kring olika typer av konsertfilmer och argumenterar både för och emot definitionen av en konsertfilm som en dokumentär. Fox beskriver i inledningen av boken hur han vill arbeta med Musikfilmer på ett sätt som distanserar de från uppfattning av att de enbart är marknadsföring, egoistiska självporträtt, en tjänst till artistens fans, och kritik som samtiden, och i stället skapa bilden av Musikfilmen som en blandning av alla dessa komponenter.

Something that incorporates all those elements and more in a messy, slippery object doing multiple things at once. At their best, music films are objects fully engaged with these different elements, which can compete with and contradict each other. (Fox, 2024)

Eftersom jag i detta arbete vill undersöka hur det dokumentära syftet och marknadsföringssyftet påverkar mitt konstnärliga arbete blir det viktigt för mig att skapa en distinktion mellan dessa två syften trots att en dokumentation kan skapas i marknadsföringssyfte. Jag har valt att göra detta genom att skilja på dokumentär och dokumentation, samt verklighet och realism.

Realism often means “the illusion of reality” – realism as a representation, without limiting the representation to truthfulness or authenticity. It is merely a representation of real life, which can stand in for real life. Reality on the other hand is real life – actuality – as we experience it. (Leo Murray, 2010)

Dokumentationssyftet kommer i detta arbete handla om att dokumentera en händelse på ett realistiskt sätt, detta kan betyda att jag i vissa delar av arbetet behöver använda orealistiska tekniker för att en så stor del av upplevelsen som möjligt ska finnas representerad i



dokumentationen. Leo Murray reflekterar i artikeln ”Authenticity and realism in documentary sound” kring frågan om ljudbearbetning i dokumentärsammanhang.

As an audience we would hope that what we are seeing is somehow a truthful representation of real events, and if what we are seeing is a re-creation, we would expect some explicit reference to the fact that it is not. (...) we do not usually notice artifice in the soundtrack when we are presented with what appears to be a reasonable representation which matches what we are seeing. Further, we can become aware of, and even distrustful of the soundtrack when it presents a real and authentic synchronous if it does not meet with our preconceptions of what things should sound like. The ethical question this raises is whether truthful representation might be stretched sufficiently to enable some small misrepresentation better to tell a larger truth. (Leo Murray, 2010)

Den ”större sanningen” kan i detta sammanhang vara att det var många saker som skedde på samma gång och att alla dessa saker bör inkluderas i dokumentationen, men eftersom jag kommer begränsas av videoformatet kan detta behöva göras på sätt som skulle kunna tolkas som en manipulation av verkligheten. Samtidigt kan en argumentera för att dokumentationen i sin natur är en manipulation, modifikation, eller ett blekt försök till en illusion av verkligheten. I Platons *Staten* samtalar Sokrates och Glaucon om bildkonstens bristande förmåga att efterbilda verkligheten.

– Tänk efter nu. Vad är målarkonsten till för i varje enskilt fall: att efterbilda det som är så som det är, eller att efterbilda skenet, så som något skenbart är? Är måleriet efterbildning av sken eller av sanning?

– Av sken, sade han.

– Den efterbildande konsten står alltså långt från det sanna, och att den kan framställa allt beror sannolikt på att den fångar en liten bit av varje ting, och den biten är dessutom en bild.

(Platon, översättning: Jan Stolpe, 2003)

Dokumentationen kommer, enligt denna filosofi, alltid vara en reduktion av den verkliga händelsen. Och om vi adderar faktumet att varje person med stor sannolikhet hade en helt unik upplevelse, och att jag som kommer bearbeta materialet inte stod i publiken utan stod på scenen, blir frågan ännu mer komplex.

## Genomförande

I detta avsnitt presenteras förarbetet, genomförandet av konserten och efterarbetet av det musikaliska och visuella materialet enligt de båda estetikerna.

## Förarbete

### Ljudinspelning

Konserten framfördes på Kungliga Musikhögskolan (KMH) i Lilla Salen. I denna sal fanns det sedan tidigare ett system för att spela in konserter vilket betydde att jag inte behövde göra något förarbete inför själva ljudinspelningen. Förarbetet handlade i stället om de musikaliska arrangemangen. Eftersom musiken fanns sedan tidigare men enbart hade framförts i soloföreställningar behövde musiken arrangeras för bandet som bestod av mig själv som sångare och violinist, en gitarrist, en keyboardist, en basist, en trummis, samt två bakgrundssångare. En annan stor del av det musikaliska förarbetet var det tekniska problemlösandet med att skicka MIDI mellan många olika mjuk- och hårdvaror, att synkronisera musik och video, syntar och pedalbord. Eftersom denna del av projektet såg likadant ut för både arbetet med dokumentations- och marknadsföringsetetiken, samt hade kunnat bli ett helt examensarbete för sig, kommer jag inte skriva mer om det i denna text.

### Filminspelning

Filminspelningen sköttes under konserten två filmfotografer, och allt förarbete skedde i samråd med dem. För att skapa förutsättningar för att i efterarbetet kunna bearbeta materialet för både ett dokumentationssyfte och ett marknadsföringssyfte behövde konserten filmas i 4K för att senare kunna klippas både i ett horisontellt (16:9) och ett vertikalt format (9:16) utan att förlora högupplösningen. Vi valde att använda tre statiska Canon 4k xa70 kameror som filmade hela konserten. En kamera placerades längst bak i lokalen för att fånga hela ensemblen samt projektorduken som det under hela konserten projicerades videokonst på. De andra två kamerorna placerades på vardera sida av lokalen för att filma scenen snett framifrån. Vi valde att ha två handhållna kameror, en som filmade i 4K, och en som filmade i HD med 50 bilder per sekund (fps) för att möjliggöra användning av slowmotion då dessa kameror inte kunde filma i 4K med 50 fps samtidigt. För att undvika att fotografierna syntes i de stilla kamerornas bild hade båda dessa kameror 24 - 70 mm objektiv för att möjliggöra distans mellan fotografer och musiker, samt möjlighet att variera distansen mellan fotograf och musiker utan att fotografierna behövde förflytta sig. Utöver detta placerade vi en insta360 actionkamera på scenen mellan musikerna, och två kameror på baksidan av scenen, den ena som filmade pianisten genom flygeln, och den andra som filmade basisten snett bakifrån. Vi undersökte projektorn i salen vi skulle filma i för att se vilka frekvenser denna projicerade bilder i för att kunna ta beslut kring vilka kamerainställningar vi skulle ha då en diskrepans mellan hur många bilder kameran filmar per sekund och hur många bilder

projektorn projicerar per sekund kan leda till ränder i det filmade materialet. Jag skapade en separat setlista till fotografierna där jag inkluderade vilka musiker som spelar i alla låtar, samt sekvenser i låtar där jag ville att specifika musiker skulle filmas.

## *Genomförande av konsert*

Konserten spelades in av vår ljudtekniker under konserten. Alla spår spelades in pre-fx och vi valde att spela in från publikens inträde i rummet fram tills konsertens avslut inkluderat mellan, och eftersnack.

I syfte att till så stor del som möjligt förhindra läck mellan instrumenten valde vi att använda in-ear monitorer så att syntar, gitarr, fiol, och tracks inte spelades högt i monitorer på scenen. Det enda ljud som läckte mellan mikrofonerna var sång, flygel, bas och trummor, men eftersom flygeln och trummorna sällan spelades på samma gång var det enbart trummorna – och i ett fåtal låtar läck från högtalarsystemet - i sångmikrofonerna som blev ett hinder under mixningsprocessen. Ett litet problem i jämförelse med hur det hade kunnat bli utan in-ear monitorer. Totalt spelade vi in 30 kanaler:

<b>Kanal</b>	<b>Instrument</b>
1	Leadsång
2 - 3	Leadsång & Fiol - Stereoinspelning från Pedalbord
4	Bakgrundssång
5	Bakgrundssång
6 - 7	Elgitarr - Stereoinspelning från Pedalbord
8 - 9	Stereoinspelning Line från Midi Keyboard
10 - 11	Stereoinspelning Line från Prophet 12
12 - 13	Stereoinspelning Flygel
14	Monoinspelning Flygel
15	Bas Line
16	Bas Förstärkare
17	Novation Bass Station
18	Kick in
19	Kick ut
20	Virvel över
21	Virvel under
22	HiHat
23	Hängpuka 1 över
24	Hängpuka 2 över
25	Golvpuka över
26 - 27	Överhäng
28 - 30	Rumsmikrofoner

## *Efterarbete*

Jag påbörjade efterarbetet av både det musikaliska och visuella materialet med att arbeta enligt dokumentationestetiken. Detta eftersom hela konserten skulle filmatiseras vilket tvingade mig att gå igenom allt material som hade filmats och spelats in. När jag då började arbeta med marknadsföringestetiken hade jag ett tydligt grepp om det material som hade samlats, vilken förenklade urvalsprocessen till de kortare marknadsföringsvideorna.

## Mixning

Jag började med att arbeta enligt en dokumentationestetik och tog direkt beslutet att göra en mix på hela konserten utan att klippa i inspelningarna. Detta betydde att varje instrument hade en effektkedja som inte förändrades från låt till låt. I stället använde jag mig av automation för att göra förändringar i mixen över tid. Jag valde att främst arbeta med automatisering av volym, reverb och delay. Genom att fokusera på automation kände jag att jag kom närmre känslan som fanns i rummet eftersom det till liknar sättet ljudtekniker jobbar live. De stora förändringarna i instrumentens sound kom då från ljudkällan och de effekter vi använde live, och varianten av kompressor, EQ och reverb var statisk genom hela konserten. Detta anser jag skapade en sammanhållning i dokumentationen. Jag anser att risken med att klippa isär varje låt och göra enskilda mixar på vardera är att filmen kan kännas överproducerad och osammanhängande. Upplevelsen av att mixa detta projekt skiljer sig stort från mina tidigare erfarenheter av att mixa album. Det var en spännande utmaning att sätta en mix som fungerar både på de låtar där hela bandet spelar och där det enbart är piano, sång och fiol. I stället för att fokusera på att varje låt blev så explosiv och effektfull som möjligt så handlade det i stället om att skapa en sammanhängande upplevelse.

Nästa steg i processen var att arbeta utifrån en marknadsföringestetik. Eftersom jag var nöjd med mixningen bestämde jag mig för att inte göra några förändringar i effektkedjorna utan i stället handlade detta arbete om att klippa ut kortare delar av musiken och skapa naturliga in- och utgångar i de klippen. Jag gjorde detta genom att välja ut delar av inspelningen mellan 15 sek till 2 minuter långa och sedan automatisera upp och ned volymen på olika ställen i varje spår. Detta gav klippen mer naturliga avslut som kändes genomarbetade och anpassade för formatet. Jag testade även att klippa ut delar där musiken kunde loopas på ett naturligt sätt då dessa kunde användas för att skapa en sömlös övergång mellan slutet och början på videon när den publiceras på sociala medier där videor startar om direkt.

## Filmklippning

Jag började med att göra en grovklippning av hela konserten utifrån dokumentationsestetiken, genom att synkronisera allt visuellt material från de olika kamerorna till den mixade musiken. Sedan började jag välja ut klipp där de musiker som har musikaliskt fokus också syntes i bild, samt letade upp klipp som jag kände representerade känslan vi hade på scenen. Valde ut klipp där musiker har ögonkontakt, där någon spelar fel och kameran fångar hur vi kollar på varandra och ler, eller klipp där vi dansar tillsammans. Mitt syfte var att hitta de klipp som på bästa sätt förmedlade känslan av att vara i rummet. Jag noterade vilka klipp samt vilken tidskod dessa ögonblick hade skett för senare användning i skapandet enligt

marknadsföringestetiken. Eftersom vi hade en sittande publik kände jag att det var viktigt att välja klipp som inte var alltför skakiga. Jag tror att om publiken hade varit stående och hade dansat tillsammans med oss så hade det fungerat att ha med mer rörelse i kameran för att förmedla den känslan, men i detta fall var rummet ofta väldigt stilla och därför valde jag ut klipp där kamerorna inte skakade för mycket, eller tydligt zoomade in och ut. Detta var en av anledningarna till att vi valde att ha ett flertal kameror på stativ, eftersom detta betydde att jag i efterarbetet kunde klippa till materialet från dessa kameror när de handhållna kamerorna var suddiga, tydligt skakade, eller när de inte filmade. De handhållna kamerorna kunde heller inte filma hela konserten utan uppehåll utan behövde periodvis sluta filma för att sedan starta om igen. Vi stötte på problem med den ena kameran som mot slutet av konserten flera gånger överhettades och behövde vara avstängd i några minuter innan den kunde filmas med igen.

När jag hade valt ut vilka klipp som skulle ligga till grund för dokumentationen började jag addera det visuella materialet som under konserten hade projicerats på väggen bakom musikerna. Jag synkroniserade dessa videor till musiken och började välja ut sekvenser där videorna skulle visas. Eftersom dessa videor var en del av konsertupplevelsen var det viktigt att de inkorporerades i filmen, men samtidigt ville jag inte att de skulle ta för mycket fokus från dokumentationen av musikernas framträdande. Därför valde jag att i flera sekvenser sänka opaciteten på videorna så att både det sceniska framträdandet och de projicerade videorna kunde synas på samma gång.

Jag skapade sedan ett nytt Filmklippningsprojekt där jag gick igenom specifikt de klipp som var filmade i 50 fps och plockade ut klipp som väckte känslor. Glädje, sorg, lugn, ilska,

eftersom detta kändes viktigt i ett marknadsföringsperspektiv. Eftersom konserten anspelar mycket på emotionellt uttryck behövde detta förmedlas i marknadsföringen av konserten. Dessa klipp gjorde jag i horisontellt format och exporterade, sedan importerade jag de i ett nytt projekt där jag klippte i vertikalt format. Eftersom dessa klipp filmades horisontellt i HD behövde dessa klipp ha en lägre upplösning. En stor del av detta arbete var att skapa automationer i filmens position för att behålla det mest intressanta i klippen synligt för publiken.

Sedan skapade jag ett sista filmklippningsprojekt där jag enbart klippte i vertikalt format. Jag använde mig av materialet som filmats i 4K för att behålla högupplösningen men använde även klipp filmade i HD i ett lager ovanpå där jag lade en oval mask runt personen fokuspunkten i klippet och gradvis sänkte opaciteten runt omkring den i syfte att skapa möjlighet att se flera vinklar på samma gång, att kunna använda slowmotion i marknadsföringsmaterialet utan att förlora högupplösningen, samt för att skapa en mer abstrakt produktion. Även i denna process använde jag automationer för att bestämma vilken del av klippet som skulle vara i bild och att gradvis förflytta det under videons gång.

## Resultat

Förarbetet påverkades inte så mycket som jag trodde av de två olika syftena. Till stor del använde jag samma material till både dokumentationen och marknadsföringsmaterialet med den enda skillnaden att jag inte saktade ner de klipp som filmats i 50 fps till dokumentationen. Jag tror att det hade varit större skillnad om slowmotion klipp filmades vertikalt, det hade resulterat i att jag inte hade använt de klipp i dokumentationen, samt att jag hade kunnat använda slowmotion klipp i marknadsföringsmaterialet utan att förlora högupplösning. Att ha de båda syftena definierade för mig själv gjorde dock att jag gjorde ett mer gediget förarbete än jag gjort i tidigare produktioner eftersom jag behövde tydliggöra både för mig själv och mina medarbetare vad som behövdes för att jag skulle kunna skapa de verk jag ville i efterarbetet.

En stor skillnad mellan arbetet enligt en dokumentationestetik och marknadsföringestetik var att jag inte behövde synka materialet till musiken. Under arbetet med marknadsföringsmaterial arbetade jag både med att kombinera videor från konserten med

musik från konserten och med tidigare inspelad musik för att undersöka hur arbetsprocessen påverkades av detta. Jag insåg att den största skillnaden mellan arbetet enligt en dokumentationsestetik och en marknadsföringsestetik - förutom videons format och längd - handlar om huruvida jag använder material som på ett tydligt sätt avviker från verkligheten. Om jag i marknadsföringsklipp inte använde mig av slowmotion blev klippningen snarlik den skapad enligt en dokumentationsestetik vilket väckte frågan: Om dokumentationsestetiken har regler som bör följas för att upplevelsen ska kännas verklighetstrogen, men marknadsföringen enbart handlar om formatet, längden, och tempot i klippningen, kan ett kortare klipp från en dokumentation anses vara skapat enligt en marknadsföringsestetik? Vad är syftet med dokumentationen? Att återskapa känslan i rummet, att sprida det budskap som konserten förmedlar, att marknadsföra upplevelsen.

I definitionsdelen av denna uppsatts skrev jag om hur jag trodde att dokumentationsestetiken skulle hindra mig från att arbeta med effekter som påminner tittaren om att materialet är bearbetat. Jag håller fortfarande med mig själv om att slowmotion är en effekt som inte passar i estetiken speciellt inte när det som dokumenteras är en konsert, när bilden tydligt inte längre är synkroniserad med videon så känns det inte längre som en dokumentation. Men det finns andra effekter som jag nu anser passar in i dokumentationsestetiken enbart eftersom de skapar möjligheten att få in flera delar av upplevelsen in i de 1920x1080 pixlar jag hade till mitt förfogande. Ett sätt att göra det möjligt för filmens publik att få samma möjligheter som livepubliken, att välja vad de ska fokusera ögonen på, är att lägga det visuella materialet som konserten innehåller i ett lager ovanpå klipp från konserten och sänka opaciteten. Att ha kvar detta under hela filmen blir rörigt och många små detaljer blir svåra att plocka upp, såsom ansiktsuttryck, men genom att periodvis klippa in det visuella materialet på detta sätt får filmens publik en möjlighet att uppleva mer av det som skedde under konserten. Detta blir ett exempel på en orealistisk teknik som kan användas för att en så stor del av upplevelsen som möjligt ska finnas representerad i dokumentationen, vilket jag resonerade kring i Metodavsnittet. För att tydliggöra för filmens publik att detta visuella material också projicerades på scenen under konserten genom att använda klipp där både projektionen och lagret ovanpå syns samtidigt och att de är synkroniserade med varandra. Om filmpublikens enbart får ta del av det visuella materialet separat från filmen av projektionen kan det kännas som ett för stort ingrepp i dokumentationen och därför distansera det från det dokumentära syftet.

## Avslutande Reflektion

När jag arbetade enligt dokumentationsetetiken jobbade jag med en enda lång film, detta betydde detta att jag hade mycket längre tid på mig att inkludera många olika vinklar, olika distans mellan kameror och musiker på scenen, samt inkludering av de projicerade filmerna. Urvalet av materialet blev därför enklare eftersom jag inte kände någon stress över att förmedla mycket information på kort tid. Däremot hade jag kravet på autenticitet som förföljde mig, frågor om vad som känns som ett för stort ingrepp i materialet, en manipulation, en lögn eller bara en möjlighet att inkludera en större sanning. Och jag brottades med tanken på att jag hade alldeles för stor makt över upplevelsen, en makt jag inte hade under konserten eftersom publiken har möjlighet att själva bestämma vad de ska fokusera på. I arbetet med marknadsföringsmaterialet hade jag samma makt men utan någon emotionell brottningsmatch. Det kändes naturligt att jag hade makt över vad som syntes, vad som förmedlades, och urvalet av materialet gick snabbare eftersom jag kände att jag kunde gå fullständigt på vilka klipp som kändes intressanta, engagerande, känslofulla och estetiskt tilltalande för mig. Men i detta arbete var en riktlinje att videorna skulle hållas korta. Detta påverkade mitt arbete både med det visuella och det ljudande materialet och det var svårt att hitta delar av musiken som var tillräckligt korta för att inte behöva bryta mitt i en fras, och tillräckligt intressanta utan kontexten av konserten.

Under mixprocessen lade jag märke till hur jag började ta bort bakgrundsljud. Att jag instinktivt tog bort ljud som uppkom när jag lyfte på fiolen som under konserten hängde på mikrofonstativet, biljud från mitt pedalbord, eller från när jag öppnade och drack från min vattenflaska. Denna redigering av inspelningen gick inte i linje med det jag tidigare i processen hade definierat som en del av dokumentationsetetiken. Tvärt om hade jag tänkt att dessa biljud skulle vara viktiga att behålla eftersom de förankrade inspelningen som ett ärligt porträtt av konserten. Det uppstod då en konflikt mellan min idé av hur en dokumentation av en konsert borde låta, och mina konstnärliga preferenser. Den inspelade musiken, särskilt sången, lät mycket närmre än den gjorde i rummet av den enkla anledningen att jag är närmre mikrofonen än publiken är till högtalarna. Min konstnärliga idé är inte att skapa en dokumentation av händelsen där musiken existerar i relation till kamerans eller publikens olika placering i ett rum, då detta skulle resultera i en inkonsekvent mixning som hade kunnat ta fokus från upplevelsen. Däremot märker jag att det skapas en diskrepans i upplevelsen av filmen när något händer i filmen som "borde" låta, men som vi



inte kan höra. Denna upplevelse påverkas dock av vilka biljud vi under konsertens gång har introducerats till. Om vi en gång hör att kostymen (som är byggd av kedjor och kretskort) rasslar till, och sedan i en annan del ser att kostymen rör på sig men inte hör liknande ljud, blir denna diskrepans tydlig. Men om vi aldrig har hört ljuden från kostymen så ifrågasätter vi inte att de ljuden inte plockats upp av mikrofonerna. Detsamma gäller när jag dricker från vattenflaskan, eller plockar upp fiolen från mikrofonstativet. Om de ljuden är raderade från hela projektet, har inte filmens åskådare någon anledning att tro att dessa ljud skedde inom mikrofonernas räckvidd.

I tidigare mixprocesser har jag ofta arbetat med att klippa ut andetag och sänka dem, detta arbete har jag inte gjort i denna process både eftersom andetagen ofta syns i bild, samt då andetagen ofta bidrar till det emotionella uttrycket. Ett djupt andetag efter en låts sista mening berättar något för mig, det lyfter mänskligheten i uppträdandet, skapar en känsla av sårbarhet. Andetagen sker också närmre mikrofonen än andra biljud, och retuscherings av dessa hade kunnat resultera i att produktionen kändes manipulerad eftersom det är rimligt att anta att mikrofonen hade plockat upp de. Resultatet blev att de biljud jag behöll i mixprocessen var de biljud som jag kände förstärkte upplevelsen, och de biljud jag tog bort var de som jag kände distraherade från musiken.

Jag lade märke till en vilja att förfina, förbättra materialet, även när det ska dokumentera en händelse så är impulsen att polera väldigt stark. Det är en stor skillnad mellan ett ögonblick som flyger förbi under en livekonsert och en dokumentation av en händelse med möjlighet att plocka isär och analysera, spola tillbaka och titta igen. Det skapas en starkare vilja i mig att plocka bort misstagen och lyfta det mest ”intressanta” som händer på scenen i stället för att låta publiken kolla på mig när jag försöker trassla mig ur en kabel som snurrats runt mina ben, och att använda mig av Pitch Correction för att få det att låta som att vi intonerade bättre än vi egentligen gjorde. Jag tror att en publik är mer förlåtande inför falsk intonation under livekonserter än i inspelat material då det bidrar till känslan av mänsklighet och emotionell investering i materialet. När liveframträdandet spelas in och produceras kan misstagen i intonation i stället tolkas som ett aktivt val och inte som en förmedling av känsla. Jag tror att detta kan variera beroende på genre och musikaliskt uttryck, samt att det kan variera under en och samma låt beroende på vad det emotionella uttrycket är i olika delar av låten. Jag tror att detta skulle kunna vara ett intressant ämne för framtida forskning.

Både filmens ljud och bild påverkas stort av denna vilja att styra publiken till det som jag kände var mest intressant, och balansen mellan att bibehålla autenticiteten och göra så att det

lät så bra som möjligt var svårt att hitta. Varje klipp är ett val som bär med sig konsekvenser. Att välja vilka musiker som syns, vilka ansiktsuttryck som zoomas in på, hur länge vi ska stanna kvar i en känsla. Under en livekonsert har publiken en myriad av alternativ när det kommer till vad som kan fokuseras på, och ingen kan fokusera på allt. I detta projekt har det inte bara varit svårt att bestämma vilka musiker som ska synas i dokumentationen utan även att bestämma huruvida det visuella materialet ska synas eller inte. Eftersom det projiceras konstant under hela konserten är det inte möjligt att ge plats åt allt visuellt material i dokumentationen utan val måste tas kring detta. Denna bearbetning gör att jag som klippare får kontroll över publikens upplevelse på ett ännu tydligare sätt än under livekonserten där publiken själv kan bestämma vad de vill ge sin uppmärksamhet till. De ögonblicken som inte tar så stor uppmärksamhet kan vara de som för någon gör hela upplevelsen, men om de inte väcker några känslor i mig som klippare, så raderas de ur historien. Det är en enorm makt, och en stor skillnad mellan verklighet och realism.

Ett annat perspektiv att reflektera kring är skillnaden mellan min upplevelse av konserten som artist och publikens upplevelse, och vad som händer när jag ska försöka återskapa känslan i rummet när min upplevelse är starkt kopplad till både min relation till konstverket och min vilja att framställa det som en högkvalitativ och genomarbetad produktion. Mina minnen från känslan i rummet påverkas även av de känslor jag upplever när jag framför musiken som är starkt kopplad till mina egna upplevelser, känslor och ibland trauman. Dessa känslor behöver inte nödvändigtvis vara samma som publiken upplever. Ett ögonblick som för mig var emotionellt påfrestande, kan för publiken ha varit frigörande, eller betydelselöst, men i filmen, som jag nu har kontroll över, kan materialet påverkas för att tydligare reflektera min upplevelse och därför påverka hur filmens publik ser på händelsen. På samma sätt kan ögonblick som jag anser betydelselösa ha en stor inverkan på publikens upplevelse och emotionella resa genom konserten, och att de inte får ta plats i filmproduktionen kan påverka bilden av vad konserten innehöll för filmens publik.

I filmer skapade i marknadsföringssyfte blir denna skillnad ännu mer påtaglig eftersom klipparna är ännu kortare samt i stående format vilket gör så att möjligheten att ha många saker i bild samtidigt blir ännu mindre samt eftersom syftet med materialet är att fånga uppmärksamhet, skapa engagemang, och övertyga publiken om att produkten är värd att konsumeras.

Jag märker att jag inte påverkas lika starkt av att klippa för olika syften som jag initialt trodde, utan att besluten jag tar i arbetet med de båda estetikerna främst styrs av vad som

väcker känslor i mig, och det som väcker känslor hos mig behöver inte nödvändigtvis vara det som väcker känslor hos andra. Hur hade efterarbetet av materialets påverkats av en fokusgrupp där vi diskuterade hur de olika marknadsföringsklippen mottogs av olika målgrupper? Är det viktigast för mig som konstnär att min konst når ut till en stor publik eller att det når ut till en specifik målgrupp? Hur hade arbetet sätt ut om materialet som låg till grund för studien inte var skapat av mig? Hade gränsen mellan dokumentationsetetiken och marknadsföringsetetiken varit tydligare om jag inte hade en så stark emotionell koppling till materialet? Hur hade arbetet sätt ut om flera personer inkluderades i processen eller om en annan person hade bearbetat materialet? Vilka delar av materialet hade olika klippare valt att framhäva i dokumentationen respektive marknadsföringen? Är jag mer kritisk gentemot materialet på grund av min emotionella koppling till det, och hade en annan klippare eller mixare utan den emotionella kopplingen tagit andra beslut?

### *Förslag till framtida forskning*

I framtida forskning hade det varit intressant att undersöka hur olika syften med en dokumentation, eller olika syften med marknadsföringsmaterial påverkar för- och efterarbetet av audiovisuellt material. Det hade även varit intressant att undersöka ytterligare syften och dess påverkan på konstnärligt arbete. Det hade även varit intressant att undersöka om dessa syften påverkar det konstnärliga arbetet olika beroende på klipparens relation till arbetet, exempelvis genom att jämföra processen mellan att skapa ett dokumenterande verk utav en konsert eller annan händelse där en själv medverkade och har stor emotionell koppling till musiken, och ett verk där en enbart arbetar med efterbearbetningen. Till sist tror jag att det hade varit spännande att se en jämförande studie mellan två olika konsertdokumentationer, en från publikens perspektiv, och en från musikernas. Det hade varit intressant att i en konsertfilm blanda klipp filmade från scenen där musiker ser på varandra och musicerar tillsammans, med klipp där de ser ut mot publiken och en film som enbart är från publikens perspektiv och jämföra hur det konstnärliga arbetet och det emotionella uttrycket i filmen påverkas.

## Källförteckning/referenser:

Chen, T.-Y., Yeh, T.-L., & Chang, C.-I. (2020). *How different advertising formats and calls to action on videos affect advertising recognition and consequent behaviours*. The Service Industries Journal.

Fox, Neil. (2024). *Music Films: Documentaries, Concert Films and Other Cinematic Representations of Popular Music*. Bloomsbury Publishing Plc.

Holtz, Gerry. Kavanaugh, Taylor. Harriman, Toby. (2024). *What is film aspect ratio, and why does it matter?* Adobe.

Mejtoft, T., Hedlund, J., Söderström, U., Norberg, O. (2021). *Designing call to action: Users' perception of different characteristics*. In: 34th Bled eConference: Digital Support from Crisis to Progressive Change: conference proceedings (pp. 405-416). University of Maribor University. <https://doi.org/10.18690/978-961-286-485-9.30>

Murray, Leo. (2010). *Authenticity and Realism in Documentary Sound*. Murdoch University, Australia.

Platon, *Staten*, (översatt av Jan Stolpe 2003). Atlantis.

Radovanović, Bojana. (2022). *TikTok and Sound: Changing the ways of Creating, Promoting, Distributing and Listening to Music*. INSAM Journal of Contemporary Music Art and Technology.