

Publikumsudvikling til Aalborg Symfoniorkester

- med fokus på aldersgruppen 15 til 19-årige



Aalborg SymfoniOrkester

E T A B L . 1 9 4 3

Julia Østergård & Kathrine Thorup Nordtorp

Kandidatspeciale i Almen Musikvidenskab
Institut for Kommunikation og Psykologi
Aalborg Universitet, maj 2018

Vejleder: Mads Walther-Hansen



AALBORG UNIVERSITET

Abstract

This study investigates how to make classical concerts more attractive to the age ranging from 15 to 19 years. The target group is based on a cultural habit survey, developed by the Ministry of Culture Denmark, which states the group of 15 to 19 year olds as the smallest group of participants in classical concerts in Denmark.

The data collection is based on comprehensive questionnaire surveys involving 3.628 adults and 1.502 children. To reduce the scope of the assignment, it will be focusing on the cultural institution: Aalborg Symphony Orchestra in Denmark. To investigate the institution's possibilities for involving the young segment, we will learn about the concept: audience developing, which involves approaches to placing and cultivate especially new audiences at specific cultural activities.

Furthermore, we find it important to study and understand our chosen segment, 15 to 19 year olds. We will therefore collect a group of respondents at that age to participate in a qualitative study. In this study, we will be focusing on their cultural habits, preconceptions of the genre classical music, and furthermore their experience of a classical concert with Aalborg Symphony Orchestra. To study our target group, their habits and preferences, we will incorporate the work of Pierre Bourdieu as the theoretical foundation. Finally, we will try to develop a model for audience developing based on our analysis and theoretical foundation.

1. Indledning	4
1.1. Problemformulering:	6
2. Teoretisk og metodisk afgrænsning	7
2.1. Fremgangsmåde	7
2.2. Klassisk musik	9
2.3. Publikum	9
3. Introduktion	11
3.1. Aalborg Symfoniorkester	11
3.2. Problematikker vedrørende klassisk musik	13
3.3. Kvantitativ publikumsundersøgelse med Aalborg Symfoniorkester	14
4. Publikumsudvikling	16
4.1. Publikumsudvikling i en historisk kontekst	18
4.2. Publikumsudvikling ifølge Nobuko Kawashima	20
4.3. Fokusområder inden for publikumsudvikling	21
4.4. Barrierer for publikumsdeltagelse	26
5. Pierre Bourdieu	28
5.1. Introduktion	28
5.2. Habitus	30
5.3. Den praktiske sans	32
5.4. Kapitaler	32
5.4.1. Den kulturelle kapital	34
5.4.2. Den sociale kapital	39
5.4.3. Den symbolske kapital	40
5.5. Felter	41
5.6. Bourdieus anskuelse af klassisk musik	43
5.7. Kritik af Bourdieu	43
6. Ungdommen	45
6.1. Muligheder	47
6.2. Musik som identitetsmarkør	48
6.3. Bourdieus anskuelse af ungdommen	53
6.4. Lyttemåder- og præferencer	56
7. Case: To klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester	60
7.1 Metodiske overvejelser til analyse	60
7.1.1. Spørgeskemaerne	60
7.1.2. Interview	68
7.2. Case 1: Aalborg Symfoniorkester "Rafael Payare vol. 1"	74
7.2.1. Spørgeskemaer og interview før koncerten:	74
7.2.2. Spørgeskemaer og interview efter koncerten:	80
7.3. Case 2: Aalborg Symfoniorkester "Sydeuropæiske stemninger"	92
7.3.1. Spørgeskemaer og interview før koncerten:	92
7.3.2. Spørgeskemaer og interview efter koncerten	99

7.4. Delkonklusion	106
7.5. Vurdering af empiri og metode	110
8. Diskussion	112
8.1. Forforståelsen som en barriere	112
8.2. Adgangen til klassisk musik som en barriere	117
8.3. Lyttemåder- og præferencer	120
8.4. Hvorfor er det vigtigt at inddrage unge til klassiske koncerter?	123
9. Model til publikumsudvikling hos Aalborg Symfoniorkester - målrettet aldersgruppen 15 til 19-årige	125
9.1. De der ønsker at blive underholdt (segment 1., 2. og 3. fra modellen)	130
Segment 1. De spontane:	130
Segment 2. De kulturinteresserede:	131
Segment 3. De sociale:	132
9.2. De der interesserer sig for klassisk musik (segment 4. og 5)	133
Segment 4. De interesserede:	134
Segment 5. De der er vokset op med klassisk musik:	134
9.3. De der ikke interesserer sig for klassisk musik (segment 6. og 7.)	135
Segment 6. De der fravælger aktiviteten:	136
Segment 7: De der ikke vil forbindes med aktiviteten:	136
9.4. Aalborg Symfoniorkester og publikumsudvikling	137
10. Konklusion	143
Litteraturliste	147

12. Bilag:

- Bilag 1. Interview med Helle Lund Rosborg (Bilag, s. 1-5)
- Bilag 2. Kvantitativt spørgeskema, udarbejdet af Aalborg Symfoniorkester (Bilag, s. 6)
- Bilag 3. "Stemningshjulet" udarbejdet af Kate Hevner (Bilag, s. 7)
- Bilag 4. Stemninger fra koncerten: "Rafael Payare vol. 1." (Bilag, s. 8-11)
- Bilag 5. Stemninger fra koncerten: "Sydeuropæiske Stemninger" (Bilag, s. 12-15)
- Bilag 6. Spørgeskemaer til case 1: Rafael Payare vol. 1 (Bilag, s. 16-49)
- Bilag 7. Spørgeskemaer til case 2: "Sydeuropæiske stemninger" (Bilag, s. 50-77)
- Bilag 8. Fællesinterview før koncerten til "Rafael Payare" (Lydfil)
- Bilag 9. Fællesinterview efter koncerten til "Rafael Payare" (Lydfil)
- Bilag 10. Fællesinterview før koncerten til "Sydeuropæiske Stemninger" (Lydfil)
- Bilag 11. Fællesinterview før koncerten til "Sydeuropæiske Stemninger" (Lydfil)

1. Indledning

“Den klassiske musik vækker store følelser i mennesker – uanset, hvor man støder på den. Når man mærker musikkens magi helt ind i sin sjæl, opstår der en smuk og dyb relation mellem musikken og mennesket, der skaber et mindeværdigt øjeblik og efterlader et varigt indtryk. Det er disse magiske øjeblikke, som vi i Aalborg Symfoniorkester stræber efter at give til publikum, hver eneste gang vi optræder.” (Aalborg Symfoniorkester, u.å.)

Ovenstående citat er fra Musikkens Hus’ officielle hjemmeside, hvori Aalborg Symfoniorkestrets overordnede ambitioner beskrives som en måde til at påvirke deres publikum gennem klassisk musik. Musikkens Hus beskriver, at den klassiske musik har en speciel evne til at tale til et publikums følelser samt til at skabe en relation mellem musik og mennesket. Ifølge Lars Ole Bonde, som er professor ved Institut for Kommunikation og Psykologi, har mennesket et behov for at tro på noget samt et behov for, at der er noget der fortæller os, at tilværelsen er god og harmonisk i kontrast til hverdagens uorden. Han skriver i artiklen “Derfor lytter vi til klassisk musik”, at især klassisk musik indeholder en evne til at skabe en harmonisk og god tilværelse (Müller, 2014). I artiklen “Kloge børn hører Mozart” fortæller journalist Kim Skotte om den såkaldte *Mozart-effekt*, der omhandler, hvordan brugen af især klassisk musik kan anvendes som baggrundsmusik i undervisningsforløb. Skotte mener, at den klassiske musik som baggrundsmusik, bidrager til at skabe fokus og kan ligefrem styrke elevers intelligens (Skotte, 2004). Jakob Holm, som er kronik- og debatredaktør på Kristeligt Dagblad, skriver i artiklen “Derfor er den klassiske musik vigtig” fra 2010, hvordan klassisk musik er den mest umiddelbare adgang til vores fælles historie, da musikken, ifølge ham, kan bidrage til at gøre fortiden levende for lytteren.

“Når man hører for eksempel en Beethoven-sonate her 200 år efter, at den blev skrevet, skyldes det, at den formidler noget følelsesmæssigt eksistentielt stof, som kun den sonate kan beskrive – og ikke fordi det er sundt, pligtstof eller et nysgerrigt blik på noget, der var dengang.” (Holm, 2010).

Ifølge Kulturministeriets kulturvaneundersøgelser fra 1964 til 2012 fremgår det, hvordan de 15 til 19-åriges deltagelse ved klassiske koncerter generelt var væsentligt lavere end hos de resterende ældre aldersgrupper (Epinion & Pluss Leadership, 2012, s.

34). Ifølge disse undersøgelser hænger de unges valg af koncertoplevelser uundgåeligt sammen med deres lyttepræferencer, som specielt er popmusik.

Vi har tidligere foretaget en undersøgelse, i et pilotprojekt til specialet, af 13 gymnasieelever i alderen 15 til 16 år (Nordtorp & Østergård, 2017, s. 17-24). Undersøgelsens formål bestod i at forske i deres forforståelse af klassisk musik, og deres efterfølgende oplevelse af en klassisk koncert med titlen "Fire Wiener Philharmonikere", med Aalborg Symfoniorkester. Alle de unge nævnte popmusikken som deres foretrukne musikgenre. Derudover havde de unge enten begrænset eller intet kendskab til klassisk musik og fandt med udgangspunkt i dette ej heller en interesse herved. Det mest bemærkelsesværdige i resultaterne af undersøgelsen var, at de unge alle var positivt overraskede over koncertoplevelsen med udgangspunkt i specielt musikken. Alle informanterne, med undtagelse af én, udtalte, at deres syn på klassisk musik havde ændret sig efter koncertoplevelsen. Overordnet kom vi i pilotprojektet blandt andet frem til, at informanternes forforståelse var en af de største barrierer for, at den klassiske musik ikke var en del af deres musikpræferencer (Ibid.). I dette speciale vil vi derfor lægge vægt på at forske i aspektet vedrørende forforståelsen.

Allan Klie, som er skuespiller, kunstnerisk leder hos Københavns Musikteater og kulturproducent ved AskovFonden, skrev i 2016 artiklen "Det er teatrene, ikke publikum, der svigter". Han fokuserer i denne artikel især på det unge publikum mellem 17 til 30 år og italesætter de parametre som spiller ind angående deres lave deltagelse i teaterforestillinger (Klie, 2016). Klie italesætter et interessant synspunkt:

"Der har traditionelt set hersket en forståelse af, at hvis publikum ikke kan lide det, vi laver på teatrene, så er det fordi, de ikke forstår os. Jeg vil vende det om. Hvis publikum ikke kan lide det, vi laver, så er det fordi, vi ikke forstår vores publikum."
(Ibid)

Klie nævner begrebet "publikumsudvikling", hvilket omhandler hvordan der kan arbejdes med at gøre ikke-forbrugere til forbrugere. Derudover mener han, at der burde fokuseres på publikumsudvikling som en udvikling af kunsten frem for en udvikling af publikummet (Ibid).

Som tidligere nævnt er unges generelle deltagelse i klassiske koncerter i Danmark væsentligt lavere end hos de ældre aldersgrupper. Tesen om at det især er de ældre aldersgrupper der deltager i klassiske koncerter, har også gjort sig gældende til to klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester i Musikkens Hus. Produktionskoordinator hos Aalborg Symfoniorkester Helle Lund Rosborg udtaler følgende om at skabe en yngre målgruppe til klassiske koncerter:

“Den er helt vildt relevant, fordi vi selvfølgelig rigtig gerne vil have, at der kommer unge ind til vores klassiske koncerter. Derfor er det rigtig spændende at finde ud af, hvad unge mennesker tænker om klassisk musik, hvad de tænker om os og dét at komme ind og besøge os.” (Nordtorp & Østergård, 2018, interview med Helle Lund Rosborg)

1.1. Problemformulering:

Det er specialets formål at undersøge, hvordan der kan arbejdes med publikumsudvikling i forbindelse med klassiske koncerter, med fokus på koncerter med Aalborg Symfoniorkester og aldersgruppen 15 til 19 år. Valget af målgruppen tager udgangspunkt i en undersøgelse udarbejdet af Kulturministeriet, hvori det fremgår, at de 15 til 19-årige er den aldersgruppe, der deltager mindst i klassiske koncerter i Danmark.

2. Teoretisk og metodisk afgrænsning

2.1. Fremgangsmåde

Vores speciale bygger på sociologiske undersøgelser med det formål at skabe indsigt i unges kulturvaner, musikpræferencer og oplevelser af klassiske koncerter. Vi vil i det følgende belyse udvalgte sociologiske vidensområder og metoder, hvilke vil være fokusområder i specialet. Fokusområderne vil fungere som et praktisk redskab til empiriindsamlingen. Slutteligt vil vi belyse metodernes overordnede funktioner og begrænsninger i relation til specialet. Vi vil desuden løbende redegøre for specialets fremgangsmåde.

Vi ønsker at undersøge, hvilke årsagssammenhænge der kan ligge til grund for aldersgruppen 15 til 19-åriges manglende deltagelse i klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester. I denne forbindelse er en sociologisk fremgangsmåde og metode relevant i specialet, idet: *“sociologien er videnskaben om det sociale dvs. de sociale relationer mellem mennesker, som udspiller sig på forskellige niveauer i et givet samfund.”* (Jacobsen, Juul, Laursen, Rasborg, 2008, s. 9).

Sociologisk forskning spænder, som det fremgår i citatet, over et bredt område. De sociale relationer er endda ikke kun begrænset til relationen mellem mennesker og det fællesskab de befinder sig i, men således også hos mennesker der ikke kender hinanden. Til undersøgelsen vil vi bl.a. benytte teori af den franske sociolog Pierre Bourdieu. Vi vil særligt fokusere på, hvad der præger det enkelte individs vaner, handlinger, præferencer m.v., samt på hvilken måde Bourdieu anskuer ungdommen som fænomen. Vi vil videre supplere med teori vedrørende ungdomsbegrebet gennem bogen *Psykologiens Veje* af Ole Schultz Larsen som er lektor i psykologi og dansk. Bogen har til formål at give indblik i menneskets adfærd og i den forbindelse en række temaer med stor relevans inden for nutidens samfund i henhold til bl.a. ungdommen. Vi vil endvidere benytte teori af, lektor ved institut for Kommunikation og Psykologi i Aalborg, Lars Ole Bonde, til at belyse informanternes lyttemåder- og præferencer.

Det er endvidere væsentlig for opgaven, at dykke ned i begrebet: Publikumsudvikling for at forstå de muligheder og konsekvenser, som begrebet indbefatter. Vi vil i den

forbindelse hovedsagligt fokusere på Louise Ejgod Hansens rapport "Hvad er publikumsudvikling?" Derudover vil vi en norsk artikelsamling "Om Publikumsutvikling", som indeholder skrifter af en lang række fagforskere, der gennem praktisk forskning inden for feltet, reflektioner herom. I sociologien indgår to centrale temaer, nemlig spørgsmål om *normalitet* og *afvigelse*. Normaliteten kan betegnes som den eksisterende sociale struktur, mens afvigelsen kan karakteriseres som dét, der bryder normaliteten, eller med andre ord dét, der bryder med de normalt accepterede regler og overbevisninger (Jacobsen et al, 2008, s. 10). På samme måde kan netop normaliteten og afvigelsen anses som to af de mest centrale temaer inden for begrebet: publikumsudvikling. I arbejdet med publikumsudvikling handler det bl.a. om, at tilfredsstille et etableret publikum, eksempelvis i form af den kunst der udøves samt på samme tid at udvikle herpå, for at gøre kunsten relevant for nye publikummer. Altså arbejdes der med at bevare en form for kontinuitet (normaliteten) samtidigt med, at der udvikles og brydes med kontinuiteten (afvigelsen). Begrebet: publikumsudvikling vil blive videre forklaret under kapitel 4.

Specialets valg af målgruppe, er, som tidligere skrevet, baseret på en kvantitativ undersøgelse udarbejdet af Kulturministeriet vedrørende unges forbrug af klassisk musik. Endvidere bygger specialet også på interne kvantitative undersøgelser udarbejdet af Aalborg Symfoniorkester. Aalborg Symfoniorkesters undersøgelser vedrører det samme fokusområde, samt afslører et lignende resultat, som Kulturministeriets undersøgelser. Vi har valgt at anse undersøgelserne som forundersøgelser til specialets kvalitative empiri-indsamling, som en eksplorativ afdækning af specialets fokusområde. Vores kvalitative dataindsamling er vigtig, da det først er gennem denne data, at vi forstår den dybere mening med de kvantitative data (Harboe, 2006, s. 36). Empiri-indsamlingen vil være baseret på kvalitative spørgeskemadata og interviews. Vi vil i denne forbindelse benytte os af spørgeskemametoder fra bogen "Spørgeskemaundersøgelser - Fra konstruktion af spørgsmål til analyse af svarene" fra 2008 udviklet af henholdsvis Merete Watt Boolsen og Gitte Lindermann. Til vores interviewmetoder vil vi anvende bogen "Interview" fra 2009 af Steiner Kvale og Svend Brinkmann. Spørgeskemaerne og interviewene har til formål at indsamle relevant viden gennem vores førnævnte målgruppe, med udgangspunkt i deres forforståelse af klassisk musik, og videre deres oplevelse af en

klassisk koncert med Aalborg Symfoniorkester. Denne viden forudsætter et vidensgrundlag, som vi vil sætte op imod specialets anvendte teorier for at udlede en forståelse for gruppen 15 til 19-årige, deres musikpræferencer og oplevelse af klassisk musik. Sociologien kan i denne sammenhæng både anvendes som et redskab til at forstå hvilke sociale kræfter der ligger til grund for, samt understøtter den eksisterende sociale orden, og hvilke tiltag der kan føre til en social forandring og/eller disintegration (Jacobsen et al, 2008, s. 10). Endvidere håber vi på, at observationerne vil medvirke til en større forståelse for, hvorledes der kan arbejdes med publikumsudvikling til klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester inden for den valgte målgruppe. Det udledte fra specialet vil afslutningsvist demonstreres i en model for publikumsudvikling.

2.2. Klassisk musik

Begrebet "klassisk musik" vil i specialet blive brugt, hvorfor det findes nødvendigt kort at redegøre for den sammenhæng, hvori vi ønsker begrebet forstået. Klassisk musik bliver både i kulturvaneundersøgelser foretaget af Kulturministeriet, samt i adskillige artikler skrevet af fagfolk og journalister, anvendt uden nogen nærmere definition eller forklaring. Dette fremgår eksempelvis i artiklerne "Derfor lytter vi til klassisk musik" af Michael Müller fra 2014, og "Derfor er den klassiske musik vigtig" af Jacob Holm fra 2010, samt i bogen "Klassisk For Alle" fra 2013 af Finn Gravesen m.fl. som omhandler den klassiske musiks verden og historie. For at undgå misforståelser ønsker vi at sætte begrebet i forbindelse med musik som et symfoniorkester udøver. Vi kunne også vælge at bruge begrebet "symfonisk musik", men idet klassisk musik-begrebet benyttes i langt de fleste tilfælde, hvorfra vi indsamler informationer, giver det kun mening ligeledes at bruge dette i specialet.

2.3. Publikum

Specialet har til hensigt at arbejde med at forstå at inddrage et yngre publikum til klassiske koncerter. Vi finder det først og fremmest vigtigt at forstå publikumsbegrebet, samt hvornår og hvordan et publikum går fra at være ikke-deltagere til deltagere.

Ifølge Den Danske Ordbog kan et publikum defineres som en: *"samling tilskuere eller tilhørere ved et kulturelt arrangement (...)"* og beskrives endvidere som: *"en mængde af*

personer der er eller kan forventes at blive købere, forbrugere eller brugere af fx. (...) en aktivitet". (Den Danske Ordbog, a). Ifølge ordbogen ligger der altså en todelt betragtning af, hvornår der snakkes om et decideret publikum. I citatet betragtes publikum ud fra følgende to kategorier: "eksisterende-forbrugere" samt "potentielle forbrugere". Vi vælger ligeledes at anvende denne todelte opdeling af publikumsbegrebet i specialet. I denne sammenhæng vil vi tilføje kategorien "ikke-forbrugere", da det i førnævnte kulturvaneundersøgelse fremgår, at der eksisterer en større gruppe individer inden for vores valgte målgruppe, som ikke deltager i klassiske koncerter (Epinion & Pluss Leadership, 2012, s. 34). Derfor mener vi, at det for vores undersøgelse, er væsentligt at tilføje gruppen "ikke-forbrugere", som afdækker dette segment. Vi vil præcisere den sidstnævnte betragtning potentielle forbrugere. Vi mener, at gruppen potentielle-forbrugere skal have en klar og tydelig forudsætning for, at kunne forventes at blive forbrugere. Generelt vælger vi at forstå de potentielle-forbrugere som en gruppe med forudsætninger for at kunne blive forbrugere. I forhold til specialets fokusområde vedrørende klassisk musik kunne denne gruppe eksempelvis være interesserede i andre traditionelle kunstarter, hvorfor gruppen kan formodes at være mere tilbøjelige til også at finde interesse for klassisk musik. Ligeledes kan en gruppe betegnes som potentielle forbrugere i så fald deres omgangskreds og/eller netværk interesserer sig for klassisk musik.

3. Introduktion

3.1. Aalborg Symfoniorkester

Rammen for dette speciales casearbejde er baseret på kulturinstitutionen, Aalborg Symfoniorkester, der udgør et af de fem landsorkestre i Danmark. Det følgende afsnit vil omhandle symfoniorkesteret, samt de forpligtelser de er underlagte. Herefter vil der blive præsenteret et underafsnit, hvilket omhandler udvalgte problematikker vedrørende klassisk musik og dets publikum. Slutteligt vil der blive inddraget to publikumsundersøgelser udarbejdet af Aalborg Symfoniorkester. Disse undersøgelser belyser forskellige parametre om bl.a. publikums alder og køn til to klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester.

Aalborg Symfoniorkester er blandt de fem landsorkestre i Danmark, som ifølge LandsdelOrkesterForeningen (LOF) og LandsdelorkesterMusikerens Fællesråd (LMF) har til formål at bidrage med et bredt udbud af koncerter samt at udføre projekter på tværs af genrer og aldersgrupper i hele landet. LOF og LMF mener, at den klassiske musik er vigtig for at kunne give befolkningen adgang til et mangfoldigt kulturliv:

“Det er en forudsætning for vores dannelse og udvikling som individer, at vi opsøger nye indtryk, ny viden og nye muligheder for derigennem at styrke vores identitet, udvide vores horisonter og styrke vores kulturelle fællesskab som danske borgere i en globaliseret verden.” (Blom Hansen, Strube, Fredensborg, Bendixside, 2011, s. 3)

LOF og LMF forsvarer dermed den klassiske musik som en del af en kulturel sammenhæng, da musikken ligesom alle andre kunstarter, musikgenrer m.m. burde tilgængeliggøres for den gængse borger. Aalborg Symfoniorkester har til formål at dække den nordjyske landsdel i Danmark. I mange år har denne kulturelle institution spillet størstedelen af deres koncerter i “Aalborg Kongres & Kultur Center”, hvorefter de i 2014 flyttede ind i Musikkens Hus. Aalborg Symfoniorkester blev grundlagt i 1943, og besidder 65 musikere. Ifølge symfoniorkesterets hjemmeside, er orkestrets hovedfokus på symfonikoncerterne, hvor der hver gang præsenteres verdenselite solister og dirigenter. Derudover afholder orkestret en række kammerkoncerter, operaer, skolekoncerter, offentlige familie- og børnekoncerter, samt koncerter i samarbejde med andre kulturelle institutioner både i Musikkens Hus, samt fungerer som et aktivt

turnéorkester (Aalborg Symfoniorkester, a.). Aalborg Symfoniorkester spiller i alt 176 koncerter i dette års sæson, hvoraf koncerterne er opdelt i seks genre: klassiske koncerter, underholdningskoncerter, unge, familie- og børnekoncerter samt kammermusik og opera. (Ibid.)

Jan Kvistborg er orkestrets musikchef, han udtaler følgende på Aalborg Symfoniorkestrets hjemmeside:

“Vi skal være hele Nordjyllands symfoniorkester, og det stiller store krav, til både hvad og hvordan vi formidler den klassiske musik. Vi skal ses som en naturlig del af borgernes hverdag - uanset alder, geografisk placering i det nordjyske og musikalsk smag. Den symfoniske musik vil altid være vores kerneprodukt, men når vores publikum er så differentieret, er det af stor betydning, at vi ikklæder den klassiske musik mange forskellige udtryksformer, så der er koncertoplevelser, der opfylder vores publikums ønsker.” (Ibid.)

Aalborg Symfoniorkester drives som en selvejende institution i henhold til gældende Musiklov samt “Lov om økonomiske og administrative forhold for modtagere af driftstilskud” fra Kulturministeriet (Aalborg Symfoniorkestrets vedtægter, 2017). Orkestret er på den måde fuldt afhængige af tilskud fra staten og Aalborg Kommune. Tilskuddet var i 2012 på 20 mio. kr. fra staten og 28 mio. kr. fra Aalborg Kommune. Til gengæld for støtten skal orkesteret efterleve en række krav som stilles af politikerne. Kravene sikrer, at pengene bliver brugt i den ånd, som politikerne mener er mest meningsfuldt (Aare, 2012).

Ifølge en undersøgelse udarbejdet af Statens Kunstråds Musikudvalg vedrørende støttetildeling og data fra 2010, lå den samlede musikstøtte i 2010 på 3.446 mio. kr., hvoraf den klassiske musik modtog 60% af den samlede musikstøtte i Danmark. Her er det specielt den statslige musikstøtte som bidrager til det klassiske område (70%), hvorimod den kommunale musikstøtte støtter det rytmiske område i højere grad (46%) (Statens Kunstråds Musikudvalg, 2010, s. 4-5).

Område	Statslig	Kommunal
	musikstøtte (%)	musikstøtte (%)
Rytmask	25	46
Klassisk	70	39
Andet	5	15
Total	100	100

Figur 1. Offentlig musikstøtte fordelt på klassisk og rytmask musik

Det klassiske område dækker bl.a. musikskoler, konservatorier m.m. og altså ikke kun landsorkesterne. I alt modtager dette område altså 1.935 mio. kr. i støtte (Ibid, s. 73). Der er derfor forskel på definitionen af "klassisk" i denne fremstilling i forhold til vores definition (jf. afsnittet: 2.2 Klassisk musik), hvor det klassiske område dækker langt mere end blot symfoniorkestre og klassiske koncerter.

3.2. Problematikker vedrørende klassisk musik

Der har i de seneste år været stort fokus samt offentlig debat om, hvorvidt formidling af klassisk musik er holdbar og fyldestgørende. Her drejer problematikken sig især om inddragelse af publikum, og med fokus på at gøre det attraktivt for nye og bredere publikumsskarer. Debatten finder sted trods en markant stigning af salgstal til klassiske koncerter. Hos publikum fra Nordjylland er der sket en stigning i deltagelsen ved klassiske koncerter. Fra 2013 til 2015 var denne stigning på 54%, således at det nordjyske publikum i 2015, mindst en gang hvert halve år, deltog i klassiske koncerter. Åbningen af Musikkens Hus i 2014, og dermed Aalborg Symfoniorkesters nye lokation, har lagt til stor grund for denne stigning af publikumsdeltagelse fra Nordjylland (Ruwald, 2016). DR SymfoniOrkestret har derudover også haft stigende salg af billetter til klassiske koncerter i DRs Koncerthus. Fra 2006 til 2012 er antallet af koncertgæster her vokset fra 34.000 til 82.000 (Bech-Danielsen, 2012). Hos Aarhus Symfoniorkester er antallet ligeledes stigende, og i 2015 havde de rekordår med 88.000 publikummer (Kaiser, 2016). Figur 2. nedenfor viser endvidere en oversigt over antal publikummer til klassiske koncerter i procenter gennem årene 1964-2012, hvor der ses en stigning i antallet.

	2012	2004	1998	1993	1987	1975	1964
Klassisk koncert	17	14	17	16	12	7	3 ^A

Figur 2. Antal publikummer til klassiske koncerter fra 1964-2012

Man kan på baggrund af dette derfor undre sig over, at den klassiske musik-situation ligefrem er omtalt af flere som værende kriseramet? Der har de seneste år sågar været tale om lukning af klassiske orkestre, som blandt andet den meget omdiskuteret beslutning om at afskaffe DR's UnderholdningsOrkester i 2014. Dette skete som et led i en større besparelse hos DR, hvorved der fulgte stor utilfredshed blandt politikere og kulturordførere (Ravn Nielsen & Bay Nielsen, 2014). Flere debattører fremlægger, at en af årsagerne til at DR valgte at spare på dette område var, at der hersker en ubalance mellem den store mængde af støttekroner der bliver brugt på den klassiske musik. Dette sættes op imod dét faktum, at det primært er det aldrende publikum der fylder i koncertsalene, for hvem skal bære den klassisk musik tradition videre (Nørbygaard Rasmussen, 2016)?

3.3. Kvantitativ publikumsundersøgelse med Aalborg Symfoniorkester

Den 15. oktober samt den 23. november 2017 lavede Aalborg Symfoniorkester en kvantitativ undersøgelse med publikummet til henholdsvis koncerterne "Mulberry Street Symphony" og "Rafael Payare Vol. 1". Undersøgelsen havde til formål at belyse, hvilken aldersgruppe der deltager i koncerten, deres køn, hvorvidt det var deres første koncert med Aalborg Symfoniorkester. Derudover skulle publikum svare på, hvor de havde hørt om arrangementet, samt hvad der fik gæsterne til at vælge at deltage i det pågældende. Spørgeskemaet kan ses under bilag 2.

"Mulberry Street Symphony" var en eksperimentel koncert med Aalborg Symfoniorkester, som ifølge Helle Lund Rosborg, produktionskoordinator, havde til formål at udfordre Symfoniorkesteret, deres gængse koncertgæster samt at tiltrække nye publikummer. Musikken er komponeret til en jazztrio og et symfoniorkester af Anders Koppel, og er inspireret af Jacob Riis' fotobog "How The Other Half Lives". Koncerten viser en brutal og rå virkelighed blandt New Yorks fattigste del af befolkningen omkring 1890. *"Koppel tonesætter mødet mellem den gamle verdens*

udvandrende masser og den nye verdens storhed og fatale storbyfælder, som Riis som emigrant havde mærket på egen krop." (Ibid.). I alt deltog 212 personer i undersøgelsen, hvoraf det var tydeligt, at aldersgruppen 50 til 90 år var den mest dominerende gruppe. Tre af de deltagende var mellem 0 til 20 år, 18 af gæsterne mellem 20 til 30 år, fire af gæsterne mellem 30 til 40 år, otte af gæsterne mellem 40 til 50 år, hvor de resterende 179 gæster var mellem 50 til 90 år. Derudover var der et overtal af kvinder til koncerten, nemlig 131, modsat 81 mandlige gæster. Resultaterne bakker i nogen grad op om undersøgelserne lavet af Kulturministeriet i "Danskernes Kulturvaner fra 2012". Heri fremgår det, at 29% mænd lytter til klassisk musik mens dette er tilfældet hos 34% af kvinderne (Epinion & Pluss Leadership, 2012, s. 34). Endvidere er alderen for personer der lytter til klassisk musik ligeledes stigende i takt med alderen (Aalborg Symfoniorkester, undersøgelse, 2017).

Til koncerten "Rafael Payare vol 1." deltog i alt 191 publikummer i den kvantitative undersøgelse. Denne koncert kan defineres som en af orkestrets traditionelle symfonikonserter. Dirigenten til denne koncert, Rafael Payare, lagde navn til koncerten. Under første del af koncerten var pianisten Inon Barnatan solist. Til denne koncert var der også et klart overtal af gæster i den ældre aldersgruppe. 25 personer som svarede på spørgeskemaet var mellem 80 til 90 år, 64 personer mellem 70 til 80 år og 51 personer tilhørte aldersgruppen 60 til 70 år. I aldersgruppen 50 til 60 år var der 20 gæster, i alderen 40 til 50 år var der to personer, i alderen 30 til 40 år var der blot en person, mens der i aldersgruppen 20 til 30 år deltog syv personer. I spørgeskemaet fremgik det, at kønsopdelingen var næsten ligeligt fordelt, med kun et lille overtal af kvinder.

Det fremgår af de to undersøgelser til "Mulberry Street Symphony" og "Rafael Payare vol. 1", at der et overtal af gæsterne mellem 50 til 90 år. I alt udgør denne aldersgruppen henholdsvis 84,4 og 83,7 procent af deltagerne i spørgeskemaerne (Ibid.).

4. Publikumsudvikling

Vi vil i de følgende afsnit beskæftige os med publikumsudviklingsbegrebet. Vi vil indledningsvist forklare begrebet og efterfølgende anskue dette i en historisk kontekst, for at forstå formålet med begrebet i en kulturpolitisk sammenhæng. Vi vil endvidere inddrage Nobuko Kawashima, som er kulturpolitisk forsker. Hun skelner mellem fire forskellige former for publikumsudvikling: *Extended Marketing*, *Taste Cultivation*, *Audience Education* og *Outreach*, hvilke vil blive forklaret i kapitel 4.2. Derudover vil vi inddrage forskellige fokusområder, der kan arbejdes med inden for publikumsudvikling. Slutteligt vil vi undersøge, hvilke barrierer hos publikum og kulturinstitutioner der kan ligge til grund for manglende publikumsdeltagelse, for på den måde at kunne arbejde med at bryde med barriererne.

“Det nye buzz word i Kulturstyrelsen er (...) publikumsudvikling, som handler om, hvordan man gør ikke-brugere til teatergængere.” Sådan beskriver, kunstnerisk leder ved Københavns Musikteater, Allan Klie, bl.a. begrebet ‘publikumsudvikling’ i sin kronik til Berlingske (Klie, 2016). Han fortsætter denne kortfattede definition med, at ordets betydning i mange tilfælde misforstås. Ifølge ham opfattes begrebet nemlig ofte som, at det er publikummet der ønskes udviklet, så disse bliver modne til den kunst der udøves. Klie mener i stedet, at der burde snakkes om kunstudvikling, og at kunsten dermed skal blive relevant for sit publikum. Klie taler om publikumsudvikling i teater-øjemed. I dette speciale vælger vi at benytte denne betragtning i forbindelse med den klassiske musik. Klie mener, at teatret har forsømt de såkaldte “non-users” ved ikke at være relevante nok samt for kun at fokusere på det publikum, der i forvejen besøger teatrene. Han mener, at vejen frem for teatrene er at tale det samme sprog: *“(…) hvis du som teater har et vigtigt budskab, du gerne vil formidle, så bliver du nødt til at tale i et sprog, som det publikum forstår.”* (Ibid.). I en rapport om publikumsudvikling af forsker i kommunikation og kultur, Louise Ejgod Hansen, stiller hun spørgsmålet: *Hvad er publikumsudvikling?* I rapportens indledende del inddrager Ejgod Hansen en invitation til en konference, hvilken er arrangeret af “Nordic Music Days 2010”, hvori publikumsbegrebet defineres kort og relativt præcist (Ejgod Hansen, 2011, s. 4). Heri fremgår det, hvordan publikumsudvikling skal forstås som en tilgang til den udfordring som kulturaktører oplever i forhold til at skabe langsigtede relationer til publikumsgrupper. Endvidere dækker begrebet over de måder hvorpå, der kan arbejdes

med et publikum: *“det kan være uddannelsesmæssige tiltag rettet mod børn og unge, nye måder at engagere et eksisterende publikum på eller strategier til at tiltrække nye publikumsgrupper.”* (Ibid.). Størstedelen af arbejdet med publikumsudvikling omhandler at italesætte formidlingen fra dem der på nuværende tidspunkt beskæftiger sig med publikumsudvikling, deres kommunikation og produktion, samt grunden til vigtigheden i de nye tiltag; *“Det handler ikke blot om markedsføring og om at få solgt flere stole i salen (...).”* (ibid.). I allerhøjeste grad handler det om at give publikum en grund til at vende tilbage, om at sprede budskabet og skabe nysgerrighed om hvad der udøves, samt for institutionen at engagere sig på forskellige måder (Ibid.).

I den norske artikkelsamling, “Om Publikumsutvikling”, skriver en række fagpersoner inden for området, der gennem forskning og praktisk erfaring, har erhvervet sig viden om begrebets betydning og arbejdet med nogle af de problemstillinger der følger med ved anvendelse heraf. Anne-Britt Gran er professor på “Handelshøjskolen BI” i Oslo samt faglig leder inden for programmet “Kultur og Ledelse”. Hun vælger i sin artikel at stille spørgsmålstejn ved, hvad publikumsudvikling *kan* være, i stedet for hvad der *er*. Derudover beskæftiger hun sig med, hvilken betydning det har for den enkelte kulturinstitution at inddrage perspektiver fra publikummet. Hun pointerer vigtigheden af publikummet, altså hvordan kulturinstitutioner har til formål at tjene sit publikum, deres mål og eksistensberettigelse samt at publikummet er medvirkende til at opretholde institutionernes kulturpolitiske legitimitet (Gran, 2010, s. 11). I denne forbindelse inddrager hun en udtalelse af den engelske direktør ved National Museums Liverpool, David Fleming; *“Ikke glem deg i skapet ditt med samlingen din. Museene må endre holdning fra å være ‘about something’ til å bli for ‘somebody’”* (Ibid. s. 12). Gran mener, at denne holdning kan overføres til hele kultursektoren. Kulturen skal relevant for en gruppe mennesker og ikke eksistere på baggrund af kunsten i sig selv. Publikumsudvikling skal derfor ikke kun handle om, hvad der produceres af aktiviteter men også have til hensigt at rette fokus på publikummet og deres egenskaber.

Gran opstiller tre centrale præciseringer i forhold til at begrebsafklare publikumsudvikling:

1. Under første punkt italesætter Gran, hvordan det er en misforståelse, at det er publikummet, der skal udvikles. Hun mener i stedet, at det er kulturinstitutionernes publikumsgrundlag, der skal udvikles. Denne betragtning

er lig Allan Klies. I sin artikel "Det er teatrene der svigter, ikke publikum" inddrager han netop samme betragtning. Det er teatrene som skal blive relevante for sit publikum og ikke omvendt.

2. Næste punkt omhandler, hvordan kulturinstitutionerne ikke må tilpasse sig markedsvilkårene fuldstændig. Der skal ikke kun foregå let og overfladisk underholdning. I publikumsudviklingsbegrebet ligger der også et ansvar om at opdrage og udfordre publikum.
3. Under det sidste punkt forklarer Gran, hvordan det er vigtigt at huske på publikums forhold til offentligheden: "*Å bedrive publikumsudvikling handler implisitt om offentlighetsudvikling*". Publikumsudvikling handler om magt, demokrati og ytringsfrihed samt om at undersøge, hvem der deltager, hvem der ikke gør, hvorfor, osv. (ibid.).

4.1. Publikumsudvikling i en historisk kontekst

Begrebet "publikumsudvikling" stammer fra England og fik sin udbredelse i britisk kulturpolitik 1990'erne. Begrebet opstod i forlængelse af instrumentalisering og nedskæringer af kunst og musik, der fandt sted i 1980'erne. Publikumsudvikling blev i denne forbindelse en afgørende fremgangsmåde i forhold til fortsat at sikre en kulturel mangfoldighed uden den samme økonomiske opbakning (Ibid. s. 10). De målsætninger der ligger i begrebet, publikumsudvikling, har eksisteret i væsentlig længere tid, end selve begrebet. Derfor pointerer Ejgod Hansen, at kulturinstitutionerne ikke skal forvente at starte fra bunden i arbejdet med publikumsudvikling. Tværtimod er det sandsynligt, at de fleste institutioner allerede har fokus på mange af de problematikker, der finder sted inden for området. Derved kender de også til nogle af de redskaber, der kan bruges i arbejdet med at gøre kunsten mere mangfoldig og inddragende for et større publikum (Ibid. s. 6).

En af de mest grundlæggende faktorer inden for målsætninger vedrørende kulturpolitik er, og har i mange år været, at sørge for at kunsten er tilgængelig for alle. Denne

målsætning stammer tilbage fra Friedrich Schiller, der er tysk digter, historiker og dramatiker (1759-1805) samt tysk filosof Immanuel Kant (1729-1804), og blev i særdeleshed en bestemmelse fra etableringen af kulturministeriet i 1961. Derfor var en åbenlys handling at fjerne de mest oplagte hindringer omkring økonomi og geografi. Således kunne kunsten udbredes i hele landet og på denne måde sørge for, at alle havde råd til at dyrke denne (Ibid. s. 7). Før etableringen af kulturministeriet var populærkultur ikke inkluderet i den politiske virksomhed. På dette tidspunkt var det udelukkende de klassiske kunstarter, der skulle gøres tilgængelige for alle: *“Der er altså tale om en særlig - traditionel borgerlig - kultur, som har en værdi, der gør, at den skal udbredes til alle.”* (ibid). På dette tidspunkt herskede der en forståelse af, at smag og personlige præferencer ikke var afhængige af den individuelle, altså personens sociale og kulturelle baggrund. Dermed var det muligt, at udforme en generel forståelse af, hvad der var kunst samt hvorvidt et kunstværk var godt eller dårligt. Denne forestilling ændrede sig i løbet af 1960'erne, hvor det blev tydeligt, at forestillingen faktisk selv var et produkt af bestemte sociale og historiske forudsætninger. Den kulturpolitiske strategi fra før 1960'erne virkede derfor ikke længere (ibid, s. 8). Den franske sociolog, Pierre Bourdieu, som senere vil blive inddraget i specialet, fik væsentlig indflydelse på den nye kulturpolitik. Gennem empiriske studier i 1960'erne påviste han, at præferencer og smag bl.a. hænger sammen med individets netværk og/eller uddannelsesmæssige baggrund, den sociale placering i samfundet m.v. Bourdieus sociologiske forskning står således i kontrast til den forhenværende forestilling om almen kulturforståelse (ibid, s. 8). Ifølge forestillingen blev det svært at fokusere på kunsten som et ligeværdigt kulturelt tilbud for alle, da der opstod andre grunde til at deltage i kulturelle aktiviteter, som eksempelvis at signalere tilhørsforhold til en bestemt gruppe. Det er derfor paradoksalt, at ligestillingen af kunsten førte til en adskillelse om ubalance i samfundet (ibid, s. 8). Der opstod derfor et behov for, at kulturpolitikken, og dermed kulturinstitutionerne, i højere grad fokuserede på grupper og forskellige kunstpræferencer inden for deres kulturudbud. Edgod Hansen mener, at det kulturpolitiske kulturbegreb blev udvidet på baggrund af borgernes nye medbestemmelse og aktive deltagelse i kulturelle aktiviteter (ibid. s. 10).

4.2. Publikumsudvikling ifølge Nobuko Kawashima

Nobuko Kawashima, som er kulturpolitisk forsker, skelner i sin artikel "Audience Development and Social Inclusion in Britain" fra 2006 mellem fire forskellige former for publikumsudvikling: *Extended Marketing*, *Taste Cultivation*, *Audience Education* and *Outreach* (se figur 3).

TABLE 1
Different types of audience development.

	Target	Form	Purpose ^a
Extended Marketing	Potential attendee, Lapsed attendee	The same product offered, but with improvement to cater for the target	Financial, artistic
Taste Cultivation	Existing audience	Introduction to different art forms and genres	Artistic, financial (and educational)
Audience Education	Existing audience	The same product offered with extensive education	Educational (and financial)
Outreach	People unlikely to attend (e.g., in deprived communities)	Bringing arts projects (often participatory) outside	Social

Note: ^aOnly refers to the main one(s), but not excluding others.

Source: Adapted from Kawashima (2000, p. 8).

Figur 3. Different types of audience development

Arbejdet med Extended Marketing eller på dansk "markedsføring", fokuserer på at tiltrække et nyt publikum som har anlæg for at deltage i det udbudte. Dette publikum kan altså beskrives som potentielle forbrugere jf. kapitlet 2.3. Publikum. I arbejdet med de potentielle forbrugere handler det ifølge Kawashima om at forstå de parametre, der ligger til grund for, at de denne gruppe ikke tidligere har deltaget i bestemte koncerter. Ud fra parametrene skal der arbejdes med at fjerne eventuelle materielle og immaterielle barrierer. I forhold til arbejdet med publikumsudvikling kan dette forventes at have en høj succesrate, da de potentielle publikummer har gode forudsætninger i forhold til at være positivt stemt over for hvad der udbydes (Kawashima, 2006, s. 57). Begreberne: Taste Cultivation (smagskultivering) og Audience Education (uddannelse af publikum), ligger tæt op af hinanden. Begreberne henvender sig ifølge Kawashima til de i forvejen eksisterende publikummer (Ibid.).

“Taste Cultivation and Audience Education are mostly for existing audiences either to broaden their cultural scope (the former) or to enrich their arts experience (the latter).” (ibid.).

Det handler altså inden for begreberne Taste Cultivation og Audience Education om, at udvide det faste publikums kulturelle indsigt og/eller smagspræferencer ved at introducere grupperne for nye kunstneriske udtryksformer (ibid.). Ejgod Hansen skriver, hvordan det i denne forbindelse kan virke oplagt for kulturinstitutionerne at samarbejde om publikumsudvikling på tværs af institutionerne. Ejgod Hansen eksemplificerer dette i form af, at kombinere et museumsbesøg med en klassisk koncertoplevelse (Ejgod Hansen, 2011, s. 13). Audience Education handler kort sagt om, at give det faste publikum en større kunstnerisk oplevelse ved at højne værdien og/eller kvaliteten i kunsten eller helhedsoplevelsen. Kawashima forklarer, at arbejdet med begge begreber tager afsæt i en undersøgelse af, hvad publikum har af interesser udover dét denne gruppe i forvejen deltager i. Dette giver samtidigt publikum medbestemmelse i det pågældende kulturudbud (Kawashima, 2006, s. 57). Begrebet Outreach henvender sig til de grupper som har lidt eller ingen kendskab og/eller adgang til den kunst, der udbydes. Derfor er der i arbejdet med Outreach et behov for, at kulturinstitutionerne er mere drastiske og direkte i deres formidling.

“Aktiviteterne rykkes ud af institutionsrammerne for at blive en del af det miljø, hvor målgruppen i forvejen befinder sig.” (Ejgod Hansen, 2011, s. 14).

Aktiviteterne skal være opsøgende og gøre det lettere for grupperne at blive en del af et nyt miljø. Denne form for publikumsudvikling skiller sig ud fra de førnævnte kategorier ved, at der i højere grad fokuseres på empatiske og sociale forhold, modsat publikumsforøgelse (Kawashima, 2006, s. 57-58).

4.3. Fokusområder inden for publikumsudvikling

I det følgende vil vi nævne nogle fokusområder samt relevante tiltag inden for publikumsudvikling. Fælles for disse fokusområder er, at de alle er væsentlige for kulturinstitutioner at tage i betragtning i arbejdet med publikumsudvikling. Det er i denne forbindelse vigtigt at nævne, at flere af områderne kan overlappe samt fungere i kraft af hinanden. Vi har valgt at afgrænse fokusområderne vedrørende

publikumsudvikling, til primært at tage udgangspunkt i to artikler fra artikelsamlingen "Om Publikumsutvikling" fra 2010 af Kjell Magne Mælen og Anne-Britt Gran samt dele af rapporten "Hvad kan publikumsudvikling være" fra 2011 af Ejgod Hansen. Afsnittet er desuden væsentligt til en senere udarbejdelse af en publikumsudviklingsmodel målrettet Aalborg Symfoniorkester, som vil blive præsenteret sidst i specialet.

Markedsføring:

Markedsføring er en væsentlig del af arbejdet med publikumsudvikling, og er da også det område, der oftest associeres med begrebet. Markedsføring kan betegnes som: *"aktiviteter som en virksomhed gennemfører for at fremme efterspørgsel efter og salg af sine produkter omfatter fx. annoncering, analyse af forbrugerbehov og markedsanalyse."* (Den Danske Ordbog, b). God markedsføring er altafgørende for at informere et både eksisterende og potentielt nyt publikum til at deltage i bestemte aktiviteter (Gran, 2010, s. 13). Markedsføring kan bl.a. foregå gennem avisartikler, sociale medier, plakater, via mundtlig overlevering m.fl. Særligt de sociale medier er en central platform til kommunikation eller promovning af en aktivitet eller et produkt: *"Aldrig før har et så stort antal af virksomheder allokeret så store dele af deres markedsføringsbudget over i online markedsføring fremfor traditionelle "offline" medier."* (Berlingske Business, 2016).

Kjell Magne Mælen har en Ph.D. i publikumsudvikling fra University of Warwick Storbritannia, hvor han er fagansvarlig for kunst- og kulturformidling. Han har skrevet artiklen "Publikumsutviklingens Kjerne" som ligeledes er en del af artikelsamlingen "Om Publikumsutvikling". Heri skriver han, at traditionelle markedsføringsteorier er svære at anvende når det gælder kunstens og kulturens område. Årsagen til dette er, at kunstnere typisk ikke producerer deres værker på baggrund af en efterspørgsel på markedet.

"En slik innfallsvinkel vil simpelthen ikke fange et kunstverks opphavelige egenskaper. Grunnen til det er at skaperen av et kunstverk er sitt eget primære publikum." (Magne Mælen, 2010, s. 24-25)

Der er derfor vigtigt, at selve kunsten tages i betragtning, når det vælges, hvilke marketingsstrategier der skal anvendes. Er der eksempelvis ikke et stort marked for den pågældende kunst, skal der tænkes anderledes inden for markedsføring i forhold til hvis kunsten er velkendt og efterspurgt (ibid.).

Varemærke:

I artiklen "Hvad kan publikumsudvikling være?", nævner Gran endvidere *varemærke* som en del af arbejdet inden for publikumsudvikling. I denne forbindelse forklarer Gran, at en institution gerne skal have et image og en værdi, som publikummet skal kende til (Gran, 2010, s. 13). Dette kan være en form for tradition, et kendetegn, et navn eller et udtryk som kan benyttes, eksempelvis i forbindelse med markedsføring.

Kende sit publikum:

Dette aspekt er nævnt i specialets forrige kapitel 4.2. Noget af det vigtigste, og formodentlig også det sværeste og mest tidskrævende inden for arbejdet med publikumsudvikling er: at lære at *kende sit publikum* samt at undersøge, hvad der ligger til grund for, at nogle fravælger bestemte aktiviteter.

Gran skriver følgende: "*Der er en tendens i kulturlivet at man stoler på det man ser, jeg vet hvem som besøker oss, lyder refrenget.*" Hun mener, at der ligger en omtrent forestilling af hvem kulturinstitutionernes publikum er og endda en endnu mere omtrent forestilling om ikke-forbrugere (Gran, 2010, s. 14). Klie nævner i sin artikel "Det er teatrene, der svigter, ikke publikum" at kulturinstitutionerne skal blive mere bevidste om deres målgrupper, samt at målgruppernes inputs burde sætte sit aftryk i kulturoplevelsernes form og indhold. Disse inputs kan ifølge ham udføres ved at gå i dialog med målgrupperne (Klie, 2016). Gran nævner derudover, at et kendskab til publikum kan hjælpe til at forstå, hvordan iværksatte- og kunstneriske tiltag virker. Kulturinstitutionerne skal ifølge Gran stille spørgsmålet: "*hvordan modtager publikummet dét, som vi skaber?*" (Gran, 2010, s. 14).

Magne Mælen har i sin artikel "Publikumsudviklingens Kjerne" opstillet tre punkter, som han mener er vigtige for kulturinstitutionerne at tage i betragtning i arbejdet med publikumsudvikling. Punkterne er også relevante at tage i betragtning i specialets efterfølgende afsnit "Organisation og Ledelse", idet dette afsnit handler om organisatoriske og ledelsesmæssige overvejelser.

1. "*Aldri anta at han/hun allerede kjenner sitt publikum, eller gå ut fra at det å finne det ut en gang betyr at det er funnet ut for alltid.*"

2. *“Forsikre seg om at alle ansatte - ikke bare markedsføringsteamet - officielt og uofficielt aktivt samhandler med publikum.”*
3. *“Forpligte seg til å omsette kunnskapen om sitt publikum til handling.”* (Magne Mælen, 2010, s. 32).

Det første punkt lægger sig meget op af Grans skepsis vedrørende kulturinstitutionernes manglende kendskab samt umiddelbare formodninger om deres publikum. Magne Mælen italesætter, hvor vigtigt det er at være bevidst om, at publikummer ændrer sig. Derfor må kulturinstitutionerne aldrig lægge sig fast på en bestemt opfattelse af publikum. Det næste punkt omhandler vigtigheden i at samarbejde på tværs af afdelingerne i kulturinstitutioner, hvilket også vil blive nævnt det i følgende afsnit “Organisation og ledelse”. Magne Mælen nævner til sit sidste punkt, at det er vigtigt at forpligte sig til, at dét der læres om publikum bliver overført til handling (Ibid.). Dette punkt kan virke som en selvfølgelighed, men arbejdet med den indsamlede data kan være tidskrævende og svært at handle på, hvorfor punktet kan tænkes at blive nævnt i denne sammenhæng.

Organisation og ledelse:

Gran skriver, hvordan arbejdet med publikumsudvikling skal være forankret hos ledelsen i en institution, da det er ledelsen der implementerer strategierne og skal tænke på tværs af afdelingerne. Hun foreslår, hvordan et tæt samarbejde mellem programafdelingen og marketingafdelingen er en god idé. Dog mener hun, at marketingafdelingen ikke skal have direkte indflydelse på de kunstneriske valg (Gran, 2010, s. 14). Endvidere nævner Gran *selvrefleksivitet* som et redskab til at føre klarere strategier ud i kulturinstitutionerne. I denne forbindelse nævner hun, hvor vigtigt det er, at ledelsen er deltagende og har indflydelse heri, således at det ikke risikeres, at strategierne ikke implementeres i hele organisationen (ibid.).

I et interview fra 2016 med Maria Frej, der er programchef for afdelingen af den klassiske musik i Tivoli København, udtalte hun, hvilke udfordringer der ligger i arbejdet med at inddrage publikum til klassiske koncerter. Hun svarede følgende:

“Den største udfordring ligger i den indsats som det kræver. Det kræver en meget håndholdt og vedholdende indsats af os alle. (...) Udfordringen er, at man ikke

falder tilbage, når man får travlt, i gamle vaner og gamle måder at tænke på.”
(Østergård, 2016, interview med Maria Frej)

Frej italesætter organisationens og ledelsens indsats i arbejdet med at udvikle sig, samt faren i at vælge de lette løsninger, selvom dette kan virke som det mest oplagte at gøre.

Magne Mælen nævner i sin artikel “Publikumsudviklingens Kjerne”, hvordan rekruttering af ansatte er et vigtigt element når det handler om arbejdet med publikumsudvikling. Sammensætningen af de ansatte skal gerne afspejle dét publikum, som institutionen ønsker at tiltrække, for på denne måde at skabe større viden om den ønskede målgruppe hos institutionen (Magne Mælen, 2010, s. 33). I de fleste tilfælde handler det derfor om, at institutionen består af en bred gruppe ansatte. Dette bidrager til at skabe mangfoldighed, da der bringer flere synspunkter i spil, skabes tillid mellem institutionen og publikummet samt forståelse for publikummet. (Ibid. s. 34).

Netværk:

Endvidere nævner Gran vigtigheden i at kende til og analysere omverdenen i arbejdet med publikumsudvikling. Her hentyder hun både til uddannelsesinstitutioner, publikum, andre kulturinstitutioner, sponsorer osv. Forståelse af og indsigt i omgivelserne hjælper kulturinstitutionerne til, at lære af deres fejl og succeser. Dette gør det nemmere at tilpasse sig og skabe udvikling, kort sagt hjælper dette institutionens funktionsdygtighed (Gran, 2010, s. 15-16).

Ritualer og sociale aspekter

At få folk til at deltage i en aktivitet er én ting, men at få dem til at vende tilbage til aktiviteten er en helt anden problematik. Gran nævner i denne forbindelse ritualer og sociale aspekter, som et led i arbejdet med at få publikum til at vende tilbage til kulturinstitutionen. Tit og ofte er publikumsbesøg hos kulturinstitutioner forbundet med ritualer, da det kan være en bestemt dag om ugen, om måneden, fødselsdage, én bestemt kunstners tilstedeværelse hos aktiviteten, osv. Derfor er det først og fremmest vigtigt at give publikum en positiv oplevelse hver gang, så de har lyst til at komme tilbage (Ibid. s. 17). Derudover kan kulturinstitutionen eksempelvis vælge at lave en række sammenhængende arrangementer, som publikum finder interessant at deltage i (ibid.).

4.4. Barrierer for publikumsdeltagelse

I Ejgod Hansens rapport nævner hun en række forskellige publikumsbarrierer, som er vigtige at være bevidste om, når der arbejdes med publikumsudvikling. Barriererne skal forstås som de parametre, der forhindrer enkelte individer eller grupper i at deltage. Dette er væsentligt at reflektere over, når der arbejdes med at inddrage et bestemt publikum til en aktivitet. Ejgod Hansen nævner, at der skal tages højde for, at barriererne ikke nødvendigvis kan bruges direkte i alle sammenhænge med publikumsudvikling. Derudover mener hun, at det også skal tages i betragtning, at et direkte fokus på én bestemt målgruppe kan falde uden for flere af de nævnte barrierer (Ejgod Hansen, 2011, s. 15). I det følgende vil Ejgod Hansens barrierer for publikumsdeltagelse fremlægges i ni forskellige punkter:

1. Kulturelle barrierer

Kulturelle barrierer handler om, at publikum skal føle sig repræsenteret i kulturinstitutionen, publikum må ikke føles sig fremmedgjorte. Publikummet skal føle sig repræsenteret i form af både aktiviteten der præsenteres samt i kulturel mangfoldighed blandt de ansatte i kulturinstitutionen (ibid. s. 15-16).

2. Emotionelle barrierer

Denne barriere indbefatter at skabe en inkluderende organisationskultur. Altså drejer det sig for personalet i en kulturinstitution om, at være gode til at møde forskellige mennesker og kulturer og have stort fokus på kundepleje. Endvidere handler dette punkt om vigtigheden i at have en forståelse for, samt at kunne tackle, at nogle publikummer kan have svært ved mødet med institutionen (ibid. s. 16).

3. Inddragelse i beslutningsprocessen

Først og fremmest handler det for kulturinstitutionerne om at skabe en dialog med deres publikum, og tage gruppens betragtninger og idéer alvorligt til udvikling af kunstoplevelser. Dette er vigtigt, for både at skabe langsigtede relationer til publikummet, samt for at skabe aktiviteter som publikum har lyst til at deltage i (Ibid. s. 17).

4. Adgang til information

Dette punkt handler om at skabe og anvende mange forskellige informationskanaler til udbuddet fra kulturinstitutionen. Det handler derfor om tilgængelighed og om at sikre publikums kendskab til en given begivenhed (Ibid. s. 18).

5. Fysiske adgangsforhold

Denne barriere handler om de fysiske adgangsforhold i form af at disse indrettes og tilpasses, så adgangsforholdene passer til det publikum, der ønskes inddraget. Derudover handler barrieren for kulturinstitutionen om, at tilpasse tidspunktet for aktiviteten, samt tage rejsetiden i betragtning i forhold til den geografiske placering af aktiviteten (Ibid. s. 18-19).

6. Sensoriske barrierer

Dette område vedrører specielt handicapområdet, og især syns- og hørehandicap, samt om de overvejelser der skal tages i betragtning, for at gøre dette publikums helhedsoplevelse god og fuldendt.

7. Intellektuelle barrierer

Dette punkt vedrører at skabe et forum, hvor forståelsesniveauet er tilpasset det deltagende publikum. Det handler både for kulturinstitutionerne om at være tydelige i deres formidling eksempelvis omkring hvor gæsterne skal gå hen, om at bruge et sprog i programmer og sæsonbrochurer som publikummet forstår, samt at den kunstneriske begivenhed er forståelig for det publikum der deltager (ibid. s. 19-20).

8. Økonomi

Prisen for en aktivitet er ofte for publikum en barriere der kan medføre, at aktiviteten fravælges. Ejgod Hansen har gennem en undersøgelse fundet frem til, at det eksisterende publikum til en aktivitet, hovedsageligt mener, at billetprisen svarer til forventningerne af aktiviteter. Hun skriver: *“men det interessante i denne sammenhæng er naturligvis de grupper, som undlader at gå i teatret på grund af prisen”*, hvilke derfor ikke er en del af statistikken. Mange kulturinstitutioner laver i forvejen rabatordninger, hvilke primært er målrettet de studerende og ældre (ibid. s. 20).

9. Teknologiske barrierer

Den teknologiske udvikling har gjort det nemmere at udøve marketing som når ud til mange mennesker på én gang. Man skal dog være opmærksom på ikke at lade denne form for marketing overtage al formidling, da dette kan resultere i, at det eksisterende publikum kan risikere at blive hægtet af (ibid. s. 20).

5. Pierre Bourdieu

5.1. Introduktion

Inden for sociologien kan vores valgte målgruppe 15 til 19-årige betragtes som en *aktørgruppe* der er underlagte *strukturen* i samfundet (Jacobsen, Juul, Laursen, Rasborg, 2000, s. 150). Ifølge universitetslektor, samfundsforsker og medforfatter af bogen "Sociologi og modernitet", Erik Laursen, (Ibid. s. 5), må vi som udgangspunkt acceptere de sociale forhold i strukturen i samfundet. Han påpeger dog, at der foreligger en mulighed for, at ændre disse forhold på sigt. I forhold til vores problemformulering ville det ud fra denne tankegang være relevant at undersøge det sociologiske struktur/aktør-perspektiv.

Inden for sociologien beskæftiges der bl.a. med spørgsmålet om, hvorvidt det er strukturen eller aktøren der præger samfundet og individets rolle heri. Ud fra en sociologisk synsvinkel tages der ofte udgangspunkt i et overvejende strukturpræget perspektiv, da aktørperspektivet i højere grad ligger inde under det psykologiske fagområde. Den franske sociolog Émile Durkheim (1858 - 1917) lægger vægt på, at det netop er de sociale strukturer, der er medbestemmende i forhold til individets valg. Han benytter begrebet *metodologisk kollektivism*, til at beskrive hvordan aktørens valg bundes i hvilke sociale relationer personen har, som eksempelvis familie, arbejdsplads, venner m.m. (Ibid. s. 23). I kontrast til Durkheims teori om de kollektive forhold i aktørens handlingsmønster, inddrager den tyske sociolog Max Weber (1864 - 1920) teorien om *metodologisk individualisme*. Weber mener, at det er aktørens egen mening og forståelse af omverdenen der forudsætter personens valg. Betegnelsen "at fortolke" er central i Webers sociologiske arbejde. Hvor Durkheim lægger vægt på samfundets indflydelse på individets handlinger, går Weber i højere grad i dybden med, hvordan

individet selv er med til at konstruere den sociale virkelighed (Ibid. s. 24). Ifølge den britiske sociolog Anthony Giddens kan strukturerne i samfundet anskues som sociale systemer, hvori aktøren befinder sig og handler ud. Han mente dog også, at aktøren til tider vil influere på de sociale systemer, altså i en vis grad påvirke strukturerne i samfundet (Giddens, 1984, s. 25). Giddens påpeger, at de sociale strukturer opstår løbende gennem tiden, og at der i strukturerne hersker nogle bestemte regler og retningslinjer (Ibid. s. 17). Reglerne og retningslinjerne kan bidrage til at skabe en sikker ramme for aktøren, og kan derfor i højere grad betegnes som afgrænsende end begrænsende for aktøren (Ibid. s. 25). Giddens mener, at struktur-/aktørperspektivet må betegnes som et uadskilleligt forhold, hvor både aktøren har mulighed for at påvirke strukturerne i samfundet og på samme tid blive påvirket af strukturerne. Struktur-/aktørdebatten har altid været til diskussion inden for sociologien, samt inden for flere andre fagområder. Med udgangspunkt i denne diskussion er der tale om en *metodologisk dualisme* (Ibid. s. 24). I dag er der dog i højere grad tilbøjelighed til at anskue struktur-/aktørperspektivet ud fra begge synsvinkler:

“(...) at mennesker på den ene side både skaber og bryder de regler og systemer, der omgiver dem, og på den anden side formes og præges af selvsamme regler og systemer.” (Ibid.).

I artiklen “Bourdieu and the Sociology of Music Consumption: A Critical Assessment of Recent Developments” fra 2013 af den britiske lektor i sociologi, Nick Prior, fremhæves den franske sociolog Pierre Bourdieu. Prior mener, at Bourdieu er en af de mest betydningsfulde sociologiske forskere, der bl.a. har beskæftiget sig med sociologi inden for musik (Prior, 2013, s. 181).

Bourdieu levede fra 1930 til 2002 og voksede op den franske by Denguin, hvor han inkorporerede et naturligt kendskab til franske værdier om lighed, frihed og broderskab. På baggrund af sine høje faglige kompetencer blev han i 1951 optaget på École Normale Supérieure i Paris, hvilken er en af Frankrigs mest prestigefulde uddannelsesinstitutioner (Wilken, 2011, s. 18-19). Bourdieu blev sidenhen anset som en af de mest berømte samfundsforskere i det 20. århundrede. Hans arbejde er ikke kun anvendt inden for sociologi, men også inden for filosofi, antropologi, politologi og historie (Ibid. s. 9-10). Prior skriver, at Bourdieus sociologiske arbejde stadig er

relevant i dag (Prior, 2013, s. 182), og fremhæver i den forbindelse Bourdieus musikrelaterede forskning. Prior skriver:

“His impact on the sociology of music taste, in particular, has been profound, his ideas directly informing our understandings of how musical preferences reflect and reproduce inequalities between social class.” (Ibid. s. 181).

Vi vil i dette speciale bl.a. benytte os af Bourdieus forståelse af musiksmag og præferencer. Bourdieu inddrager bl.a. begrebet *habitus* i struktur-/aktørperspektivet. Formålet med inddragelsen af habitusbegrebet er, at gøre op med den antropologiske strukturalistiske opfattelse af samfundet og aktørens rolle i heri. Vi vil i dette kapitel redegøre for nogle af Bourdieus begreber, som vi finder anvendelige til at belyse vores empiriske materiale. Vi vil ikke benytte hele Bourdieus sociologiske forskningsområde inden for struktur-/aktørperspektivet, men i stedet anvende dele fra hans forskning som kan benyttes i sammenhæng med vores fokusområde.

5.2. Habitus

I Bourdieus forskning indgår struktur-/aktørperspektivet som en *metodologisk dualisme*, hvori habitus skal anses som en bindeled mellem dette perspektiv. Habitus skal i højere grad opfattes som et begrebsapparat end som en alenestående sociologisk teori (Andersen & Kaspersen, 2007, 345). Bourdieus anskuelse af struktur-/aktørperspektivet kan beskrives på følgende måde:

“Den praktiske verden, der dannes i relationen med habitus’en forstået som et system af kognitive og motiverende strukturer, er en verden bestående af allerede eksisterende endemål, brugsvejledninger og instruktioner og af genstande, (...), det vil sige redskaber eller institutioner”. (Bourdieu, 1980/2007, s. 92-93)

Bourdieu skriver, at habitus både indgår i strukturerne i samfundet og i aktørens bevidsthed. Habitus kan således anskues som et, på samme tid, individuelt, kollektivt og samfundsmæssigt begreb (Wilken, 2011, s. 49). Habitus skal forstås som et generativt begreb, da det både er med til at udforme sociale strukturer og samtidig er blevet til gennem disse (Ibid. s. 46-47). Begrebet habitus kan kort defineres på følgende måde;

“Habitus - et system af varige, men foranderlige dispositioner, gennem hvilke agenterne opfatter, bedømmer og handler i verden. Habitus er det generative og samlede princip, som omsætter en social positions relationelle karakteristika til en samlet livsstil.” (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 365).

Det fremgår i ovenstående citat, at aktøren gennem habitus udformer sine handlemønstre og/eller vaner (Wilken, 2011, s. 43). Bourdieu benytter habitusbegrebet til at skabe et forbindelsesled mellem *“individernes objektive positioner i samfundet og deres positioneringer (“valg”)*. Habitus er især bestemt ud fra aktørens historie, hvori oplevelser tidligt i livet spiller en væsentlig rolle (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 353). Prior belyser i sin artikel “Bourdieu and the Sociology of Music Consumption: A Critical Assessment of Recent Developments” fra 2013 Bourdieus perspektiv omkring, hvordan aktørens opvækst, job m.m. er særligt relevant for at forme musikpræferencer senere i livet:

“Rather, they are expressions of our upbringing, occupation and whether we went to university or not - in short our social class.” (Prior, 2013, s. 182)

Bourdieu skriver, at habitus blandt andet præges af andre aktørers habitus. Da der i dette speciale tages udgangspunkt i en bestemt målgruppe, er det vigtigt at tage højde for Bourdieus anskuelse af habitus i bestemte grupper. I Bourdieus bog “Den praktiske sans” inddrager han den tyske rationalistiske filosof Gottfried Wilhelm Leibnizs anskuelse af gruppemedlemmers indflydelse på hinandens handlinger, vaner m.m.:

“Når gruppe- eller klassemedlemmernes praksisser altid er mere eller bedre tilpassede hinanden, end agenterne ved af og vil vedkende sig, så skyldtes det, som Leibniz igen siger, at disse “hver især følger deres egne love, men ikke desto mindre derfor er tilpasset hinanden.”” (Bourdieu, 1980/2007, s. 92-93)

Bourdieu skriver i bogen, at der hos medlemmer af grupper eksisterer en såkaldt *lex insta*. Begrebet kan betegnes som en iboende lov, der er indlejret i aktørernes bevidsthed på baggrund af deres fælles historie og koder.

5.3. Den praktiske sans

Den praktiske sans kan forstås som aktørens evne til at systematisere sine præferencer og principper om opfattelsen af samfundet (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 348). Bourdieu prøver at gøre op med en strukturalistisk tankegang om, at aktørens handlinger er bestemt ud fra regler i samfundet. Han mener, at den strukturalistiske tankegang er et forskningsmæssigt fænomen, der presses ned over aktørerne:

“Praktisk sans er kun mulig for den, der selv “mestrer” denne viden, og den, der mestrer den, er ikke nødvendigvis i stand til selv at objektivere sin viden, dvs. gøre den tilgængelig for forskning”. (Ibid. s. 349).

Det fremgår ud fra ovenstående citat, at det i forskningsprocessen er essentielt at forskeren også medtager at kigge indad på sig selv samt sørge for at *“objektivere selve objektiveringen”* (Ibid. s. 348-349). Med dette citat mener Bourdieu, at modeller, statistikker m.m. skal opfattes som “døde” fænomener, der ikke siger noget yderligere om de bagvedliggende tanker hos aktøren.

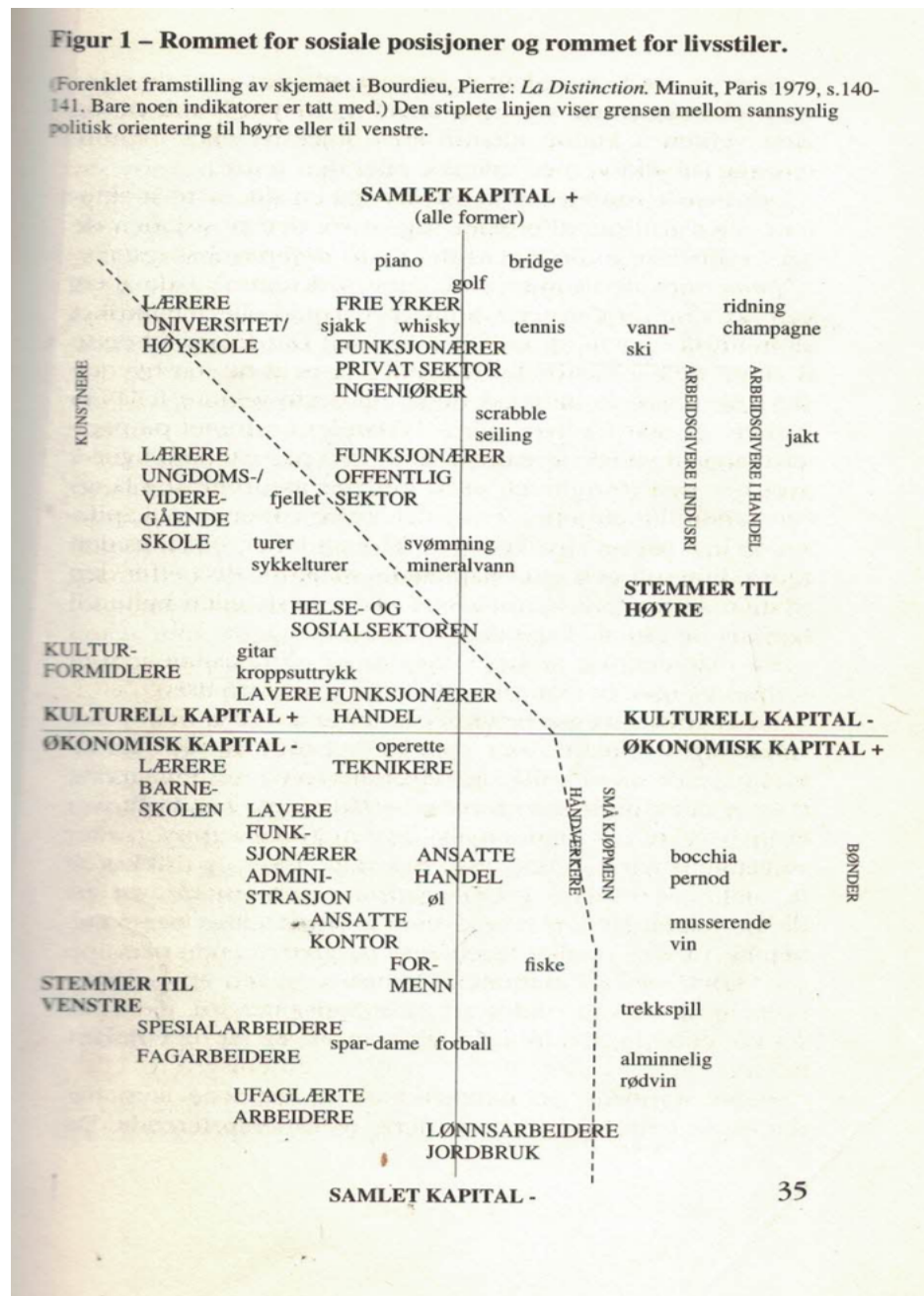
5.4. Kapitaler

Bourdieu mener, at det i et hierarkisk samfund er væsentligt, at aktørerne har forskellige former for kulturelle præferencer. Dette beskrives i Priors artikel således:

“Personal tastes and cultural distinctions, in other words, are significant of the maintenance of social divisions in a stratified society.” (Prior, 2013, s. 182).

Vi vil fokusere på, hvilke eksistentielle betingelser der kan ligge til grund for aktørens til- og fravalg. Bourdieu benytter begrebet *kapital*, som en betegnelse for disse eksistentielle betingelser. Ifølge Bourdieu hersker der fire overordnede kapitalformer: *den økonomiske kapitalform* (penge, materielle goder og viden om de økonomiske spilleregler), *den kulturelle kapitalform* (dannelse og uddannelse), *den sociale kapitalform* (bestemte ressourcer og netværk som tilegnes via den gruppe som aktøren indgår i) samt *den symbolske kapitalform* som vil blive forklaret senere i dette kapitel. (Thomas Richardson, 1986, s. 243). Ifølge Bourdieus anskuelse af begrebet kapital skal

den klassiske marxistiske tankegang vedrørende: kun at opdele efter økonomisk kapital, således ikke stå alene i sin form. Ifølge Bourdieu skal alle kapitalformer i stedet finde sted i opbygningen af sociale positioner i samfundet (Ibid. s. 242). De forskellige kapitalformer er med til at placere aktøren inden for bestemte positioner i det sociale rum (Jacobsen et al, 2000, s. 176). Dette fremgår i nedenstående skema, som viser Bourdieus forståelse af det sociale rum:



Billede 1. Rommet for sosiale posisjoner og rommet for livsstile (Bourdieu, 1995, s. 35)

Som det ses på skemaet er det sociale rum opbygget ud fra den samlede mængde af kapital samt mængden af kulturel og økonomisk kapital. Hvor den lodrette linje viser skellet mellem de grupper af aktører der enten har en større eller mindre mængde af samlet kapital, skelner den vandrette linje mellem de grupper der overvejende besidder økonomisk og/eller kulturel kapital (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 365). Vi kan desuden se i ovenstående skema, hvilke kulturelle ressourcer de enkelte aktører, ud fra hvilken mængde af kapital de har til rådighed, har mulighed og interesse for at beskæftige sig med. Skemaet er bl.a. anvendeligt i beskæftigelsen med og forståelsen af smagspræferencer hos aktøren. Ifølge Bourdieu skal smag forstås som; *“en afsmag for andre menneskers smag.”* (Ibid. s. 350). Ifølge denne forståelse vil aktørernes smag og præferencer defineres ud fra, hvilken position og rolle aktørerne besidder i det sociale rum samt, og muligvis i højere grad, ud fra andre aktørers smag. Det vil ifølge Bourdieu, altid være de aktører, der har den største mængde af samlet kapital som først har noget at sige i forhold til smag og præferencer. Derefter formes de resterende aktørers smag og præferencer som et modspil til de aktører der har den største mængde samlet kapital. Bourdieu mener altså, at de forskellige gruppers positioner i det sociale rum kun kan eksistere i kraft af hinanden (Ibid. s. 152). Da dette speciales fokusområde drejer sig om en kulturel aktivitet og en bestemt aktørgruppes forhold hertil, vil vi især beskæftige os med den kulturelle, sociale og symbolske kapitalform. De udvalgte kapitalformer vil blive gennemgået i de følgende tre afsnit.

5.4.1. Den kulturelle kapital

Ifølge den svenske uddannelses- og kultursociolog Donald Broady kan Bourdieus begreb *kulturel kapital* bedst oversættes som “dannelseskapital” (Broady, 1998, s. 423). Den kulturelle kapitalform finder især sted gennem tilegnelse af viden inden for følgende områder:

“Eksaminer fra respekterede læresteder, fortrolighed med klassisk musik eller litteratur, evnen til at udtrykke sig kultiveret i tale og skrift - al den slags er ressourcer, som Bourdieu rangerer ind under rubrikken kulturel kapital.” (Broady, 1998, s. 415).

Ifølge Bourdieu kan den kulturelle kapital opdeles i tre forskellige underkategorier: *den kropsliggjorte kapital* (kan betegnes som kroppen og sindets indbyggede kvaliteter), *den objektiviserede kapital* (kan defineres som kulturelle goder, eksempelvis billeder, instrumenter, bøger m.m.) samt *den institutionaliserede kapitalform*, (indebærer uddannelsesmæssige kvalifikationer) (Thomas Richardson, 1986, s. 242).

Broady fremlægger, at den kropsliggjorte kapital kan være med til at definere Bourdieus kernebegreb habitus:

“Et menneskes habitus grundlægges gennem de vaner som det tilegner sig i familien og skolen og fungerer senere som et sejlivet og ofte ubevidst handlingsmønster. Habitus kan betragtes som legemliggjort kapital.” (Broady, 1998, s. 415)

Ifølge Bourdieu består den kropsliggjorte kapital således i at kultivere sig gennem livserfaringer, hvilket derfor finder sted over en længerevarende tidsperiode. Dannelsesprocessen tilkommer både aktøren naturligt ud fra aktørens familiære og kulturelle ophav, mens aktøren dog også aktivt selv kan efterstræbe dannelsesprocessen. Det er også vigtigt at tage i betragtning, hvilken tidsmæssig periode samt hvilken social klasse aktøren befinder sig i (Thomas Richardson, 1986, s. 245). Bourdieu lægger således vægt på, at aktøren ikke kan købe sig til denne kapitalform eller erhverve sig denne øjeblikkeligt, da det kommer an på hvilken kontekst aktøren befinder sig i. Bourdieu skriver følgende:

“This embodied capital, external wealth converted into an integral part of the person, into habitus, cannot be transmitted instantaneously (unlike money property rights, or even titles of nobility) by gift or bequest, purchase or exchange.” (Ibid. s. 244-245).

Den kropsliggjorte kapital kan således defineres som en længerevarende dannelsesproces der opnås gennem kropsliggjorte livserfaringer.

Skemaet viser bl.a., at jo tættere gruppernes positioner ligger i det sociale rum, jo flere af de samme interesser og præferencer har de også, og jo større er sandsynligheden for, at de vil interagere med hinanden. Omvendt vil det ikke være sandsynligt at disse grupper mødes, hvis der hersker større forskelle mellem de forskellige grupperingers interesse og præferencer (Kaspersen og Andersen, 1996, s. 352). På skemaet illustreres det, at aktørernes politiske overbevisninger er påvirket ud fra hvilken position de har i det sociale rum. I denne forbindelse kommer aktørens habitus til udtryk, da begrebet har en form for udvælgende funktion. Eksempelvis vil man ofte søge til politiske diskussioner med andre aktører med samme politiske holdninger. Aktørens egen habitus bliver dermed bekræftet i samfundet og "beskyttes" samtidig ved ikke at blive udfordret af andres habitus'er (Ibid. s. 353). Ifølge Bourdieu bidrager denne anskuelse til at forme aktørens realitetssans, således at aktøren lære at kende sine egne styrker og begrænsninger. Bourdieu skriver følgende om funktionen af aktørens habitus:

"De oprindelige erfaringers særlige vigtighed skyldes hovedsagelig, at habitus'en har tendens til at sikre sin egen konstans og sit eget forsvar mod forandring ved at gøre de nye informationer til genstand for selektion og således forkaste de informationer, der kunne sætte spørgsmålstegn ved den akkumulerede information, når man ved et uheld eller af tvingende grunde udsættes for dem (...)." (Bourdieu, 1980/2007, s. 103).

Bourdieu er dermed af den overbevisning, at hvis en aktør eksempelvis hele livet har interesseret sig for, og dyrket klassisk musik, er det ikke ensbetydende med, at dette er et bevidst fravalg af andre musikgenrer. Interessen er i stedet noget der ubevidst er opstået i aktørens habitus, set ud fra det faktum, at habitus'en vil beskytte sin egen, velkendte, position. Der sker nødvendigvis ikke en udelukkelse af præferencer, hos aktørerne fra henholdsvis de højere og lavere samfundslag. Udelukkelsen af præferencerne sker i højere grad på baggrund af, at de højere og lavere samfundslag ofte ikke ønsker at agere et sted, hvor de ikke føler sig godt tilpas:

"Indeed, the lower classes often self-exclude themselves from the game of high culture precisely because it feels alien to them." (Prior, 2013, s. 183).

Ifølge Bourdieu er den bedste måde hvorpå den kulturelle kapital symbolske værdi kan bevares, via kapitalens evne til *transmission* eller *reproduction*. Disse begreber kan på dansk oversættes til *transmissionsevne* eller *reproduktion* (Bourdieu, 1980/2007, s. 246). Bourdieus betegnelse reproduktion hjælper med at synliggøre, at det oftest er udvalgte aktører, gerne fra ressourcestærke familier, der eksempelvis får muligheden for en længerevarende uddannelse. Disse aktører er dermed selvskrevet til en højere stillet position i samfundet (Kaspersen & Andersen, 1996, s. 355). Eksempelvis vil en aktør i uddannelsessystemet, som ikke er vokset op i en akademisk familie, have svært ved at indgå i et akademisk miljø. Denne problematik hos aktøren opstår eksempelvis på baggrund af det akademiske sprogbrug, som kan være svært at tilgå, hvis sproget ikke er naturligt indlært. Denne problematik kan udledes at sidestilles med sprogbrugen inden for det klassiske musikmiljø, hvori der ofte benyttes talrige fagtermer til at beskrive musikken. Bourdieus teori om reproduktion bygger således på, at aktøren oftest ikke selv er bevidst omkring denne reproduktion af ulighed i samfundet (Ibid. s. 356-357). Bourdieu mener, at reproduktionen er den mest effektive måde at påvirke aktørens vaner, interesser m.m., da dette sker ubevidst:

"(...) the transmission of cultural capital is no doubt the best hidden form of hereditary transmission of capital, and it therefore receives proportionately greater weight in the system of reproduction strategies, as the direct, visible forms of transmission tend to be more strongly censored and controlled." (Thomas Richardson, 1986, s. 246).

Den objektiviserede kapital kan, som tidligere nævnt, defineres som kulturelle værdigenstande (Ibid.). En væsentlig pointe der fremhæves ved kapitalformen er, at denne både kan erhverves via økonomisk kapital i form af bestemte genstande, mens den også kan opnås på en symbolsk måde via kulturel kapital. For at opnå objektiviseret kapital kræver det både, at aktøren har det økonomiske overskud, for eksempelvis at kunne købe et instrument, mens det dog også kræver kropsliggjort kapital for at opnå en forståelse for værdien og viden om instrumentet (Ibid. s. 247). Nogle aktører vil have lettere ved at opnå musikalsk habitus. Dette vil aktørerne eksempelvis have, hvis de er vokset op i et hjem, hvor der både er råd til at købe et instrument samt en grundlæggende forståelse for vigtigheden i at kunne spille på det (Prior, 2013, s. 183). I

denne forbindelse kan der tales om, at Bourdieus teori om reproduktion finder sted: *"(...) a world which has produced Beethoven and Mozart and continues to produce people capable of playing and appreciating them."* (Ibid.). Den objektiverede kapital kan benyttes som et "våben" inden for forskellige områder i samfundet. I forbindelse med det foregående eksempel med musikalsk habitus, kunne den objektiverede kapital være nyttig inden for et kunstnerisk felt. Den objektiverede kapital er nyttig, da den er med til at placere indehaverne af disse "våben" i en højere social position i samfundet (Thomas Richardson, 1986, s. 247).

Den institutionaliserede kapitalform er interessant at se nærmere på, da der i denne opgave fokuseres på en aldersgruppe mellem 15 til 19 år, som kan forventes at være i gang med en uddannelse. Bourdieu mener, at uddannelse er med til at skabe kulturel kapital på tværs af de forskellige sociale klasser. Denne kapitalform kræver, at aktøren selv yder en indsats samt afsætter tid til fordybelse i uddannelsesmæssige fagområder (Ibid. s. 244). Bourdieu skriver følgende om samspillet mellem uddannelse og den kulturelle kapital:

"(...) the specific profits which children from the different classes and class fractions can obtain in the academic market, to the distribution of cultural capital between the classes and class fractions." (Ibid. s. 243)

Ifølge Bourdieu giver den institutionaliserede kapitalform aktøren nogle flere muligheder til at tilegne sig kulturel kapital (Ibid.). Den institutionaliserede kapitalform kan opnås gennem en akademisk uddannelse, da uddannelsen giver et legalt, vedvarende og garanteret bevis på, at aktøren forstår sig på kulturelle og sociale aspekter. Endvidere opnår aktøren således også nogle kulturelle kompetencer. Ifølge Bourdieu er den materielle og symbolske værdi i en uddannelse afhængig af, i hvor høj grad aktøren har været engageret og brugt tid på gennemførelsen af uddannelsen (Ibid. s. 248).

5.4.2. Den sociale kapital

Udover den kulturelle kapital lægger Bourdieu også vægt på den sociale kapital. Den sociale kapital er ifølge Bourdieu aktørens adgang til et; *“durable network”* (Ibid.), altså et holdbart socialt netværk. Et socialt netværk kan eksempelvis bestå af en familie. Familien, hvori den enkelte aktør indgår, råder over en fælles kapital der indeholder nogle bestemte kvalifikationer. Kvalifikationerne, samt de der endvidere skabes på baggrund af de enkelte familiemedlemmers egne netværk, bidrager til at skabe social kapital hos den enkelte aktør (Ibid.). Eksempelvis kan den sociale kapital påvirke den enkelte i en bestemt retning inden for bl.a. uddannelse, arbejde eller kulturelle anliggender m.m. Tilegnelse af en stor social kapital kræver et bredt samt effektivt netværk:

“The volume of the social capital possessed by a given agent thus depends on the size of the network of connections he can effectively mobilize and on the volume of the capital (economic, cultural or symbolic) possessed (...).” (Ibid. s. 249).

Den sociale kapital tilfalder ikke aktøren naturligt, da kapitalformen kræver investeringsstrategier fra aktørens side. Dette kan enten ske bevidst eller ubevidst (Ibid.). Ifølge teorien om den sociale kapitalform skal aktøren investere sin tid og bidrage med sine kompetencer til at bibeholde og udvikle sit netværk. Dette er en forudsætning for, at gruppens medlemmer skal være interesserede i at dele deres kapital med aktøren (Ibid. s. 250). Broady fremhæver, vedrørende Bourdieus teori, at den sociale kapitalform er yderst givende for alle medlemmer inden for forskellige grupper. De enkelte medlemmer af grupperne bidrager til fællesskabet med deres, enten kulturelle eller økonomiske, kapitalformer (Broady, 1998, s. 334). Ifølge Bourdieus er værdien af medlemskabet i en given gruppe i høj grad afhængig af gruppens symbolske status i samfundet (ibid. s. 335). Den sociale kapital kan ses i sammenhæng med den økonomiske og kulturelle kapitalform. Disse to kapitalformer kan ikke nødvendigvis opnås af aktøren, hvis aktøren ikke indgår og nærer støtte af sit netværk som eksempelvis familie, venner, studiekammerater m.m. (Ibid.).

5.4.3. Den symbolske kapital

I forlængelse af den kulturelle, økonomiske og sociale kapital er det også muligt at opnå symbolsk kapital. Denne kapitalform kan betegnes som aktørens kamp om anerkendelse i samfundet (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 347). Begrebet symbolsk kapital skal forstås på denne måde:

“En hvilken som helst egenskab (en hvilken som helst kapitalform, fysisk, økonomisk, kulturel, social) kan konstituere sig som en symbolsk kapital.”
(Bourdieu, 1994/2007, s. 115)

Det kan med udgangspunkt i citatet ikke på forhånd klart defineres, hvad den symbolske kapitalform indebærer eller hvordan den kommer til udtryk hos den enkelte aktør. Den symbolske kapital hænger dog ofte sammen med prestige, omdømme og ressourcer hos aktøren (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 350). Eksempelvis kan dyrt tøj (økonomisk kapital) skabe et symbolsk statussymbol over for omverdenen. Dette er både medvirkende til at inkludere bestemte aktører som har råd til dette tøj i en højere socialt stillet gruppe i det sociale rum, mens det på samme tid også er ekskluderende for aktører, der ikke har tilstrækkelig økonomisk kapital. Ifølge Bourdieus teori om den symbolske kapital indgår betegnelserne “finkultur” eller den “legitimerede” kultur heri, da kulturelle aktiviteter som eksempelvis at gå til klassiske koncerter, besøge museer eller teatre, indeholder symbolske værdier i sig selv. Disse aktiviteter er ofte funderet i aktørens opvækst og/eller uddannelsesmæssige baggrund, og er i høj grad med til at holde overklassens status i live i samfundet (Ibid.). Den symbolske værdi i de kulturelle aktiviteter eksisterer både i bevidstheden hos de aktører, der har adgang til disse, samt hos dem der ikke har:

“Den æstetiske disposition er en indlært færdighed, som visse samfundsgrupper har og andre savner”. (Ibid.).

At indgå i kulturelle aktiviteter ender ofte, for aktørerne, ud i en konkurrence om, hvem der har mest viden inden for det kulturelle fagområde. Der opstår dermed et internt referencesystem inden for de forskellige kulturelle aktiviteter (Ibid.). Bourdieus forståelse for kulturelle oplevelser kan beskrives på følgende måde:

"Smag er i Bourdieus forståelse først og fremmest en afsmag for andre menneskers smag". (Ibid.).

Bourdieu's teori bygger dermed på den forståelse, at opfattelsen af kulturelle oplevelser er med til at danne forskellige samfundslag, da disse grupper former deres smag efter hinanden (Ibid.). Hertil mener Bourdieu, at musik især er med til at klassificere individer i disse samfundslag, da han skriver følgende;

"(...) nothing more clearly affirms one's 'class', nothing more infallibly classifies, than tastes in music." (Prior, 2013, s. 183)

I disse samfundslag ligger arbejderklassens smag nederst i dette system, mens de øvrige, højerestående, klasser bestræber sig på at skabe præferencer som ikke kommer i berøring med disse (ibid.).

Begrebet kapital er med til at forme aktørens habitus ud fra dennes positionering i samfundet, samt til at forme de livserfaringer aktøren råder over. Den symbolske kapital opstår ud fra den økonomiske, kulturelle og sociale kapital, samt ud fra det felt hvori aktøren befinder sig. Kapitalformerne er dermed medvirkende til at forme aktørens livsstil, hvorfra der etableres nye livserfaringer og dermed skabes en individuel identitet.

5.5. Felter

I forlængelse af kapitalbegrebet tilføjer Bourdieu begrebet *felter*. Dette begreb er med til at "sætte scenen" for aktørens handlinger, ofte den historiske dimension der ligger forud, samt generelt den kontekst hvori aktøren befinder sig (Wilken, 2011, s. 51-57). Ifølge Bourdieu kan aktøren positioneres i samfundet ud fra hvilke felter aktøren indgår i. Begrebet felter kan defineres på følgende måde:

"Et felt defineres som et netværk eller en konfiguration af objektive relationer mellem positioner, fastlagt i kraft af deres placering i relation til de kapitalformer, som er aktive på dette felt." (Andersen og Kaspersen, 2007, s. 358)

Det ovenstående citat viser, at feltet er fastlagt ud fra de kapitalformer som indgår i feltet. Værdien af de forskellige kapitalformer afhænger dermed af, hvilket felt aktøren indgår i. Eksempelvis har det ikke den samme prestige at opnå økonomisk succes inden for det kunstneriske felt, som det har inden for det økonomiske felt. Med andre ord er feltet et bestemt område, hvori aktøren har mulighed for at anvende sine kapitalformer. Inden for det givne felt hersker der nogle bestemte interesser, værdier, regelsæt m.m. I specialets vil det dermed være relevant at kigge nærmere på feltet for de 15 til 19-årige. Dette vil vi gøre under kapitel 6. om ungdommen.

Ifølge Bourdieu kan kunst anskues som et felt. Dette felt bygger bl.a. på, at kunst kan anskues som "*kunst for kunstens skyld*", hvori der i højere grad beskæftiges med en "lidende" avantgarde-tilgang til kunsten. Endvidere kan kunsten først opfattes som kunst i kraft af publikums oplevelse heraf. Derfor eksisterer kunsten altså ikke kun mellem skaberen og værket (Ibid. s. 358-359).

Begrebet *doxa* anvender Bourdieu til at definere indskrevne adfærdsregler, der eksisterer inden for et felt. Disse adfærdsregler handler om ret og uret, normalt og ikke-normalt, kvalificering og diskvalificering m.m., som gør sig gældende inden for det enkelte felt. Disse spilleregler kommer eksempelvis til udtryk inden for rekrutteringsprocessen af nye medlemmer i et felt. Ifølge Bourdieu ønsker de faste medlemmer af feltet at bibeholde deres kapital, mens nye medlemmer ofte har en intention om at ændre feltets faste opsætning. De nytilkomne medlemmer ønsker dog ikke at ændre ved opsætningen af feltet, da de derved risikerer at miste deres positioner i fremtiden i feltet. Feltet kan overleve ud fra den præmis, at aktørerne vil kæmpe for, at bevare feltets grundlag. I forlængelse af *doxa*-begrebet kan begrebet *illusio* inddrages, som bygger på at medlemmerne af feltet tager feltets grundlæggende præmisser alvorligt. Hvis alle medlemmerne ikke tror på og kæmper for feltet, vil feltet naturligt gå i opløsning (Andersen og Kaspersen, 2007, s. 359-360).

Broady benytter Bourdieus felt-begreb i sin forskning om pædagogik. Han mener, at begrebet kort kan defineres på følgende måde:

“Med ‘socialt felt’ (også kaldet kampfelt eller konkurrencefelt) mener Bourdieu et foranderligt område i samfundet, hvor mennesker og institutioner strides om noget, der er fælles for dem.” (Broady, 1998, s. 415).

Broady mener således, at et felt eksempelvis kunne bestå af “folkeskolens mål og mening” (Ibid.). Et andet eksempel på et felt kunne være “den klassiske musiks betydning og position i det danske kulturliv”.

5.6. Bourdieus anskuelse af klassisk musik

Bourdieu forbinder klassisk musik med noget roligt og særpræget. Derudover formår den klassiske musik ifølge Bourdieu at skabe noget ud over et øjeblikks tilfredsstillelse, til forskel fra hvad han definerer som mere let tilgængelige musikformer:

“It is in music’s silence and rarity that it expresses its symbolic potency. (...), but his broader point is that in separating itself from the “real world”, classical music is opposed to the immediate gratifications of “light” or popular entertainment.” (Prior, 2013, s.183)

Først og fremmest kræver det mere af aktøren at lytte til klassisk musik, til forskel fra at lytte til musik som: *“light” or popular entertainment.* For at opnå en fuldbgyrdet oplevelse af den klassiske musik kræver det dog, at aktøren bl.a. giver sig tid og ro til at fordybe sig i musikgenren. I det nedenstående citat forklarer Prior Bourdieus syn på klassisk musik som en finere kunstform: *“As legitimate culture, classical music gathers around it the highest values of aesthetic formalism (...)” (Ibid.).*

5.7. Kritik af Bourdieu

Professor ved Sociologisk Institut i København Margaretha Järvinen fremstiller i bogen “Klassisk og moderne samfundsteori” en kritik af Bourdieu (Andersen & Kaspersen, 2007, s. 363). Vi vil i denne opgave medtage de dele af Järvinens kritik, som er relevante for specialets anvendte teorigrundlag. Vi vil især fremhæve Järvinens kritik om, at det, på trods af det faktum at Bourdieu ønsker at løsrive sig fra et overvejende strukturalistisk perspektiv, ikke nødvendigvis er dét, som han formår at gøre. Bourdieu adskiller sig fra strukturalismen ved at betegne sin teori som *konstruktivistisk*

strukturalisme. Han mener altså, at strukturalismen bygger på, at der eksisterer nogle objektive strukturer i den sociale verden. Konstruktivismen henviser til, hvad der gør sig gældende i forhold til at skabe aktørens habitus, samt til hvad der skaber de sociale strukturer. Bourdieu mener således, at de sociale strukturer både er skabte af sociale og objektive betingelser. Vi vil tillægge os Järvinens kritik omkring, hvordan de sociale strukturer kan være objektivt konstruerede, idet de netop er formet som sociale strukturer. Bourdieu mener således på den ene side, at de sociale strukturer er formet efter aktørens netværk, miljø mv., mens de også kan være objektive og dermed forudbestemte for aktørens valg. Hermed kan der stilles spørgsmålstejn ved, hvordan det for aktøren er muligt at ændre i de sociale strukturer, hvis de skal opfattes som objektive (Ibid.)?

Dernæst er det væsentligt at inddrage Järvinens kritik om Bourdieus kernebegreb habitus. Bourdieu benytter begrebet til at kombinere forholdet mellem struktur-/aktørperspektivet. Järvinen mener, at Bourdieu tager højde for hvordan strukturerne er med til at forme aktørens valg, mens en kritik kan rettes imod, at Bourdieu ikke tager stilling til, på hvilken måde aktørens valg er med til at forme strukturerne. I artiklen "Mangfoldighed eller forenkling i samfundsanalysen" fra 1998 af lektor ved Institut For Læring og Filosofi på Aalborg Universitet, Palle Damkjær Rasmussen, fremhæver han ligeledes en kritik rettet mod Bourdieus habitusbegreb. Rasmussen fremhæver bl.a. at Bourdieu ikke medregner ideer og mål som en dimension i habitusbegrebet. Ud fra denne kritik præges habitus ikke kun af dét miljø hvori aktøren befinder sig, men også af hvor aktøren *ønsker* at befinde sig i samfundet (Rasmussen, 1998, s. 5). I forhold til habitusbegrebet vil vi også overveje, hvorvidt det kunne være anvendeligt at tilføje et biologisk syn til dette begreb. Det vil vi, da der kan der stilles spørgsmålstejn ved, hvorvidt der i begrebet habitus, til en hvis grad, eksisterer nogle medfødte valg, præferencer, normer m.m.?

Rasmussen medtager og kommenterer på dele af Alexanders kritik af Bourdieus grundlæggende teorier. Vi vil i denne sammenhæng medtage følgende del af Alexanders kritik af Bourdieu; "(...) Bourdieu ofte fremstiller menneskelig handlen som noget *instrumentel og strategisk*." (Ibid. s. 5). Ved brug af kapitalbegrebet fastsættes de enkelte individer inden for bestemte grupperinger i samfundet, hvortil deres ressourcer og

muligheder inden for social og kulturel kapital er fastlagte. Vi mener, at Bourdieu til en hvis grad har ret i denne teori, men at der også er andre faktorer der spiller ind i forhold til, hvorvidt en person eksempelvis har en stor omgangskreds eller ej kunne dette eksempelvis afhængige af aktørernes udseende.

Derudover vælger han i sin opdeling af ungdommen at dele dette fænomen over i to overordnede kategorier. Dette stemmer dermed ikke overens med hans antagelse om, at ungdommen i højere grad handler om, hvor individet befinder sig i livet.

Vi er bevidste omkring, at der kan risikeres at gå nogle betydninger tabte i oversættelserne af Bourdieus originale, franske, tekster.

6. Ungdommen

I det følgende afsnit vil der blive inddraget forskellige perspektiver af ungdommen som fænomen, da der i specielt fokuseres på aldersgruppen 15 til 19-årige. Ungdomsperioden er svær at afgrænse, da perioden kan anskues ud fra flere forskellige parametre. Indledningsvis vil begrebet blive belyst ud fra et biologisk, juridisk og social forankret perspektiv. Herefter vil det blive belyst, hvilke *muligheder* ungdommen har i dag, samt hvordan *musik kan bidrage som en identitetsmarkør* for de unge. Afslutningsvis vil Bourdieus anskuelse af ungdommen blive inddraget.

Mange vil mene at ungdomsperioden, ud fra en biologisk synsvinkel, starter når individet rammer puberteten. Anskues dette i stedet ud fra et juridisk perspektiv kan perioden afgrænses fra man rammer den seksuelle og kriminelle lavalder på 15 år og slutte ved myndighedsalderen på 18 år (Schultz Larsen, 2008/09, s. 281). Endvidere ses det flere steder, at ungdommen som begreb også bruges i sammenhæng med at skabe rabatordninger ved firmaer og/eller institutioner m.m. I mange af sådanne tilfælde strækker ungdomsperioden sig en del længere end f.eks. til det attende år. Eksempelvis udsteder flyselskaber som SAS og Norwegian ungdomsbilletter til studerende eller unge under 26 år mens kulturinstitutioner som eksempelvis Aalborg Teater giver rabatter til studerende og unge under 25 år (Aalborg Teater, u.å.). I artiklen "*Musik som generations-, tids-, og aldersmarkør*" fra 2015 af, forsker ved Århus' Institut for

Kommunikation, Kultur og Musikvidenskab, Charlotte Rørdam Larsen, fremlægger hun blandt andet, at især ungdomsperioden spiller en væsentlig rolle i forhold til at skabe musikpræferencer. Rørdam mener, at ungdom både kan betegnes som en bestemt biologisk periode i livet, i form af puberteten, som alle mennesker må gennemgå. Hun definerer også ungdommen som en såkaldt *social position*, i hvilken individet er i gang med at uddanne sig og finde ud af arbejdsmæssige forhold (Rørdam Larsen, 2015). Det var først under den industrielle revolution i 1800-tallet, at der skete en adskillelse mellem barndom, ungdom og voksenliv. Denne adskillelse fandt hovedsageligt sted på baggrund af et større behov for arbejdskraft og, i forlængelse af dette, længere uddannelsestid. I 1960'erne skete der en uddannelseseksplosion som ligeledes forlængede uddannelses årene (Schultz Larsen, 2008/09, s. 282). Siden da har antallet af unge der har valgt ungdomsuddannelser og videregående uddannelser været stigende. I artiklen "Fakta: Så mange vælger gymnasiet" 2013, fra DR's hjemmeside, søgte hele 73 procent af landets folkeskoleelever ind på gymnasier i 2013 (u.f., 2013). Ungdommen kan ud fra ovenstående synsvinkel anses som en forberedelse og kvalificering til arbejdslivet (Schultz Larsen, 2008/09, s. 282).

"Ungdom er først og fremmest et begreb, der siger noget om menneskets placering i samfundet. Det er en kulturel alder, der historisk har skudt sig ind mellem barndommen og voksenlivet på grund af samfundets behov for uddannet arbejdskraft" (Ibid. s. 281).

Den svenske ungdomsforsker Johan Fornäs betegner ungdomskulturen på følgende måde:

"Ungdomskulturen er en aldersbåren tradition og en følge af forskellige ungdomskulturers generationsbundne smagsmønstre." (Ibid.).

Ovenstående citat viser, at betegnelsen "ungdomskultur" er foranderlig i forhold til den enkelte generation, hvormed det derfor må være vigtigt at lægge vægt på samtiden denne finder sted i. I forbindelse med 1960'erne uddannelseseksplosion begyndte der at vokse flere ungdomskulturer frem. Disse adskilte sig fra hinanden i forhold til samværsformer, interesser, mode og musikalske stilarter. De stilistiske opdelinger og forskelle er dog i dag mere udviskede end i 60'erne, da der i dag kan forekomme interesser inden for forskellige aktiviteter, uden at en aktivitet nødvendigvis udelukker

en anden. *"I dag er ungdomskulturen blevet globaliseret og kommercialiseret. (...) Unge i dag er blevet en slags livsstils-samlere."* (Schultz Larsen, 2008/9, s. 282). Unges personlige livsstile kan sammensættes gennem valg af tøj, musikgenrer, aktiviteter, symboler osv. Disse indsamlinger bliver et udtryk for det enkelte individs identitet. (Ibid. s. 283). Der er således i det senmoderne samfund sket en større individualisering hos det enkelte individ.

Rørdam lægger vægt på, at ungdomsperioden både kan betegnes som foranderlig og statisk, da alle mennesker både gennemlever og må forlade denne. Ungdomsperioden markerer dog også bestemte træk hos den enkelte generation, hvorved dette forevigt vil karakterisere generationen. Kortfattet kan dette betegnes således: *"Ingen bibeholder deres alder, og ingen forlader deres generation."* (Rørdam Larsen, 2015, s. 28) Rørdam understreger, at det er vigtigt at skelne mellem et tidsbundet, et aldersmæssigt, samt et generations bundet ungdomsfænomen. Førstnævnte betegnelse må opfattes som en bestemt periode i tiden, eksempelvis Det Senmoderne Samfund. Et aldersmæssigt fænomen kan eksempelvis være "teenagere" altså 13 til 19-årige, mens et generations bundet fænomen er med til at kendetegne den enkelte generation, og opstår i generationens ungdomsperiode (Ibid. s. 38-39).

6.1. Muligheder

Et karakteristisk aspekt ved ungdommen i dag, er de valg af muligheder de sættes overfor. Unge er i højere grad end tidligere blevet mere ansvarliggjorte for deres eget liv, deres udformning af identitet, deres valg af omgangskreds, uddannelse osv. Dette kan anskues som en frihed for de unge. Samtidig kan det dog også anses som en kilde til utryghed, da de mange forskellige muligheder kan virke uoverskuelige, skabe tvivl og virke altafgørende for individernes fremtid (Schultz Larsen, 2008/9, s. 284). Derfor er det også naturligt, at de unge har svært ved at vælge imellem mulighederne, og i mange tilfælde ombestemmer sig.

"Man kommer let til at 'zappe' fra den ene mulighed til den anden uden at kunne bestemme sig for, hvad man skal vælge." (Ibid.)

Øgenavnet "zappe-generationen" kom herved i spil. Øgenavnet er en beskrivelse af ungdommen fra 1990'erne og frem til i dag (ibid). Den frihed de unge oplever i dag, kan

i sidste ende udlede i en tvang til at træffe et valg. Friheden bliver i realiteten erstattet af nye afhængigheder, især i forhold til uddannelsessystemet og arbejdsmarkedet, hvorfor det derfor kan anses som paradoksalt, at friheden til at vælge bliver overført til en form for tvangsbunden handling (Ibid. s. 285). I mangfoldigheden af valg kan der alligevel ses en tendens til, at ungdommen i væsentlig højere grad tilpasser sig efter hinandens beslutninger.

“Ser man allerede som ung tilbage på sit liv, vil man ofte opdage, at ens livshistorie i høj grad ligner andres livshistorier og handler om, at man har bevæget sig igennem de samme institutioner.” (Ibid. s. 286).

Der eksisterer et væld af muligheder, strukturer og systemer, som den unge er tvunget til at vælge og bevæge sig igennem, for at kunne vinde friheden til at vælge bagefter. Selvom individet i det senmoderne samfund er blevet mere individualiseret end hvad det historisk tidligere var tilfældet, kan der altså samtidigt tales om, at individet i det senmoderne samfund bliver mere og mere standardiseret (Ibid.).

6.2. Musik som identitetsmarkør

Erik H. Erikson er amerikansk psykoanalytiker, og har bl.a. beskæftiget sig med identitetsdannelse. Han forklarer, hvordan identitet fungerer som et livslangt udviklingsprojekt, og dermed er under konstant forandring. Erikson skelner mellem jeg-identitet og social-identitet. Jeg-identitet kan forklares som den del af individet, der ikke kan rykkes ved. Denne identitetsform sikrer en form for kontinuitet i tilværelsen, selvom der forekommer forandringer og påvirkninger gennem hele livet. Social-identitet skabes hos individet gennem social interaktion. Ifølge denne identitetsform kan individet således have flere sociale identiteter, afhængigt af, hvilke grupper eller aktiviteter personen indgår i (Ibid. s. 289). Ud fra denne forståelse bliver identitet dannet gennem psykologiske, biografiske og sociale processer, hvorved Erikson forklarer, at det er vigtigt at vide, at de forskellige sider af identiteten hænger sammen. Disse kan, og skal *ikke* opfattes eller forekomme uafhængigt af hinanden.

Ordet “dannelse” bliver ofte brugt i forlængelse af identitetsafklaringen og ungdomsbegrebet, da ungdommen strækker sig over en tid, hvor individet formes og finder mening gennem erfaringer, samt i mødet med nye indtryk, sociale fællesskaber

og rammer. Dannelsesprocessen er medvirkende til at give individerne ny indsigt i de situationer, som de befinder sig i. Erikson snakker i forbindelse med dannelse, også om "identitetsforvirring", da han mener, at ungdomsperioden ofte resulterer i en forvirring. Identitetsforvirringen kan opstå, hvis de erfaringer de unge har erhvervet sig fra barndommen, ikke længere hænger sammen med de nye erfaringer, som individet gør sig videre i livet (Ibid.). Dette kan således ende ud i en konflikt mellem jeg- og social-identiteten.

Lars Ole Bonde, samt forsker i musikvidenskab og historie, Jens Henrik Koudal, fremlægger, at termen *identitet* både er anvendelig inden for filosofi, psykologi, sociologi, antropologi samt kulturstudier. Bonde og Koudal fremlægger, at der både kan tales om personlig identitet og gruppeidentitet. Personlig identitet omhandler det enkelte individs evne til at være selvreflekterende over sin egen personlige biografi. Gruppeidentitet dækker over forskellige kollektive identifikationsgrupper, som eksempelvis bestemte befolkningsgrupper. Ifølge Bonde og Koudal har musik en væsentlig betydning som identitetsmarkør. Eksempelvis kan musik være medvirkende til at markere en bestemt generation: "*en bestemt slags musik som markør af identitet, typisk i en bestemt fase i livet.*" (Bonde & Koudal, 2015, s. 6). Bonde og Koudal mener dermed, at musik ikke kun kan bidrage som en central identitetsmarkør for den professionelle musiker, men at denne i lige så høj grad er en vigtig "identitetsmarkør" hos lytterne. Bonde og Koudal skriver følgende:

"Især i ungdomsårene bruger drenge og piger musikken til at markere, hvem de hører sammen med, hvem de adskiller sig fra, og hvem de gerne vil være." (Ibid.).

Ovenstående citat er centralt at lægge vægt på i denne opgave, da vi undersøger aldersgruppen 15-19-åriges forhold til klassisk musik, og hvorvidt de som gruppe ønsker at identificere sig med denne musikgenre. Bonde og Koudal mener, at den unge aldersgruppe er interessant at se nærmere på i forhold til deres musikpræferencer, da de fremhæver, at det enkelte individ ofte bevarer de musikpræferencer, der blev skabt i ungdomsårene, resten af livet (Ibid. s. 8).

Ungdommen, som den udspiller sig i samfundet i dag, indgår i adskillige sociale arenaer. Dette kan være uddannelsessteder, fritidsaktiviteter, i netværk med jævnaldrende

(både i den virtuelle og fysiske verden), fritidsarbejde osv. Dette er med til at sætte krav til ungdommen, da denne gruppe gerne skal være dygtige socialt, samt omstillingsparate i hverdagen (Schultz Larsen, 2008/9, s. 292). Disse forskellige arenaer, samt det faktum at unge ofte skal kunne omstille sig til disse, fungerer som led i deres udvikling og sociale identitetsdannelse, da de på den måde samler erfaringer i deres identitetssøgen. Dette bringer dem herved i overensstemmelse med andre, og i sidste ende sig selv. Herved kan der muligvis opstå en identitetsforvirring, der gør det svært for individet at bevare følelsen af at være sig selv. Ifølge den postmoderne psykologi Kenneth Gergen, er det dog ikke disse faktorer, der skaber forvirring. Tværtimod mener han, at det især er den gruppe unge, hvilke har en afgrænset og bestemt identitet, som kan have identitetsproblemer (Ibid. s. 293).

“Det senmoderne menneske er i virkeligheden udstyret med mange identiteter, der er afstemt efter de forskellige sociale arenaer, det befinder sig i.” (Ibid.)

Dette kan muligvis fremstilles som en overfladisk væremåde, eller nærmest som et spil, når der kan skiftes adfærd, udseende og væremåde alt efter hvilken gruppe man indgår i, med det formål at fremstå mest fordelagtigt. Som tidligere nævnt kan væremåden dog også hænge sammen med den sociale-identitets omskiftelighed og foranderlige essens, som hele tiden afhænger af de udskiftelige relationer og oplevelser som individet indgår i og erfarer (Ibid.). Gergen mener som sagt, at det er et udtryk for at individet har en normal og fleksibel identitet, når det formår at omstille sig for at indgå i forskellige relationer med andre mennesker. Det kan diskuteres, hvordan det multiple-selv passer ind i den multikulturelle og globaliserede verden, der eksisterer i dag. Skiftende identiteter er nødvendige for at indgå i de mange skiftende relationer, som individet uundgåeligt møder. Ifølge Gergen har individet kun en identitet eller identiteter, da identiteten betyder noget i sociale rum og ritualer, samt fordi identiteten anerkendes herigennem (Ibid. s. 293-294). Derfor må det også forstås, at Gergen mener, at individet besidder flere sociale-identiteter eller én social-identitet som er opsplittet i forskellige dele.

Rørdaam inddrager bl.a. sociolog Peter Altheits teori om identitet. Teorien kan på mange måder sammenlignes med Bourdieus teori om habitus, da Altheits ligeledes mener, at individets handlinger, normer, præferencer m.m. sker på baggrund af underliggende strukturer i samfundet, hvormed individet opnår en autonomisk følelse af selvkontrol

over for dette. Alheits mener, at alder er et kulturelt bestemt fænomen, og at dette indgår i de underliggende strukturer i alle samfund (Larsen, 2015, s. 39).

Rørdams brug af termen identitet er væsentlig at benytte i vores undersøgelse, da vi netop ønsker at få en større forståelse for de unges musikpræferencer m.m. I hendes forståelse af identitet, inddrager Rørdam den norske musikforsker Even Ruuds teori om samme. Ifølge Ruud kan identitet udtrykkes gennem musikken, hvilket især sker gennem oplevelser med musik, eksempelvis en klassisk koncertoplevelse. Ruud opstiller nogle bestemte rum, hvori han mener, at musikken kan opleves igennem. Disse er "det personlige rum": hvori individet oplever musikken på et tidligt stadie i livet, "det sociale rum": hvori individet oplever musikken gennem sociale netværk, fællesskab i grupper m.m., "tidens og stedets rum": hvilket omhandler individets geografiske og kulturelle placering, en bestemt generation og alder, samt det "transpersonlige rum": hvorigennem musikken har *"givet grænseoverskridende oplevelser uden for tid, sted og rum."* (Ibid. s. 43). Derudover nævnes rummet "musikken opleves som mig": hvor individet får en følelse af, at netop dette nummer/værk er et udtryk for sin egen identitet (ibid.). Både Ruud og den britiske musiksociolog Simon Frith lægger vægt på, at musik og identitet er sammenknyttende områder, da musikken ikke kun afspejler hvem vi er, men muligvis i højere grad er en afspejling af hvordan vi gerne *vil* være, samt fremstå over for omverdenen (ibid.). Ifølge Frith skal forholdet mellem musik og identitet anskues på følgende vis:

"Vi skal således ikke spørge om, hvad musik siger om dem, der hører den, spiller den, eller synger den. Det vi skal interessere os for er, hvordan musikken så at sige skaber dem, og hvordan den kan få dem til at fremstå." (Ibid. s. 44).

I vores undersøgelse må det derfor være relevant at medtage, at de 15-19-årige er i en periode i deres liv, hvor de især lægger vægt på hvordan de fremstår udadtil. Dernæst må vi være bevidste omkring hvilken generation informanterne tilhører, og hvilke musikalske og samfundsmæssige tendenser der udspiller sig inden for denne.

Den tyske musikforsker Heiner Gembris fremlægger, at alder netop er en af de vigtigste faktorer, når det gælder musiksmag og præferencer. Gembris har redegjort for, på hvilken måde individet påvirkes og oplever musik gennem de forskellige livsfaser

kaldet: "Fremgangsfase". I forbindelse med vores undersøgelser er det relevant at inddrage denne foreståelse. (Ibid.). Fra 10 år, og op til 13 års alderen, udvikler individet sine musikpræferencer i samspil og fællesskab med jævnaldrende, og denne kan derfor sidestilles med Ruuds "sociale rum". Herefter optræder "Plateau-fasen" i 13 til 14-års alderen, hvor individet i højere grad knytter sine musikpræferencer til egne interesseområder, hvorefter at personens endelige musikpræferencer er dannet omkring 20-års alderen. Gembris mener, at perioden fra midten af 20'erne kan betegnes som "nedgangsfasen", da individet begynder at lægge vægt på andre behov og gøremål som eksempelvis arbejde, familie m.m., som kan overskygge trangen til at udvide sine musikpræferencer samt selve lytte-tiden. Fra 30 årsalderen starter voksenlivet for alvor, og dermed mindskes tiden og behovet for musiklytning yderligere. Gembris betegner musiklytningen i denne periode som: *"tilfældig og kontekstbestemt"* (Ibid. s. 45). Dernæst lægger han vægt på, at de 60-70-åriges musiklytning er væsentlig, da mange i denne aldersgruppe vælger at gå på pension, hvilket giver nye muligheder for at udvide tiden til at lytte, og fordybe sig i musikken. Gembris fremstiller dog, at den ældre aldersgruppe overordnet ikke er interesseret i at benytte denne tid til at udforske nye musikgenrer:

"De ældre er dem, der synes dårligst om den nyeste populærmusik, idet fortrolighed med musik synes at være meget vigtig netop i den alder." (Ibid. s. 44).

Denne aldersgruppe er i højere grad interesseret i at dyrke musikken fra deres ungdom (Ibid. s. 45). Dermed må ungdomsperioden siges at være en væsentlig periode i forhold til at undersøge musiklytning- og præferencer. Perioden har ikke kun betydning for, hvad man lytter til, men også hvilke musikpræferencer individet vælger at dyrke senere i livet. Gembris betegner ungdomsperioden på følgende måde;

"Den anvendes til at afgrænse sig fra andre, er desuden en informationskilde i forhold til nye trends, fungerer som aldersmarkør i forhold til både yngre og ældre, og den er en stimulans og en kropslig nydelse samt noget, der følger en overalt." (Ibid.).

Det er i denne sammenhæng væsentligt i en undersøgelse af et publikums lyttepræferencer, at se nærmere på forskellige former for lyttemåder og -præferencer, samt at undersøge individernes habitus. Ifølge Ruud opleves musik som et kollektivt fænomen, hvilket bidrager til at skabe samhørighed. Han mener, at identitet handler *“mer om individets bevissthet om «å være den samme» (latin iden = «den samme»)* (Ruud, 2013, s. 52). Hertil vil det være væsentligt at undersøge hvorvidt de 15-19-årige identificerer sig med det netværk og de sociale grupper som de til daglig indgår i, samt hvorvidt dette har indflydelse på deres valg af musikpræferencer.

6.3. Bourdieus anskuelse af ungdommen

I en samtale mellem grundlæggeren bag det franske forlag Éditions Métailié, Anne-Marie Métailie og Pierre Bourdieu, fremlægger Bourdieu, på hvilken måde han anskuer fænomenet “ungdom”. Overskriften til denne samtale kalder Métailie for *“Ungdom” er kun et ord*, hvilket på mange måder afspejler den sociologiske tese Bourdieu fremlægger under samtalen. Bourdieu anser unge og ældre som et modsætningsapparat, som samtidigt er afhængige af hinanden. Han italesætter, at et individ altid vil være yngre eller ældre i forhold til andet (Hovmark, 1980/1997, s. 148). Bourdieu fremlægger, at kategorierne “de unge” og “de gamle” er konstrueret ud fra en magtkonflikt, der hersker imellem disse. Han skriver følgende:

“Faktisk er grænsen mellem ungdom og alderdom i alle samfund noget der står på spil som en indsats i en kamp”. (Ibid. s. 147).

Bourdieu fremlægger således, at magtkonflikten er en social konstruktion. Han mener, at disse konflikter ofte er bundet i såkaldte “generationskonflikter”, som han definerer på følgende måde:

“Og mange generationskonflikter er konflikter mellem systemer af forhåbninger der er blevet konstitueret i forskellige tidsperioder. Det der for generation 1 var et helt livs erobring, er for generation 2 noget der umiddelbart gives fra fødslen.” (Ibid. s. 154).

Der opstår forskellige spilleregler, normer og værdier, muligheder og begrænsninger hos de forskellige generationer. Bourdieu mener, at generationskonflikterne især kan medføre fordomme hos den ældre generation, om de unge (Ibid.). Dette bunder i, at alderdom medfører en social nedtur, og dermed også et tab af social magt, som mange ikke ønsker at give slip på. Dette ses hos ældre i flere forskellige sociale lag, eksempelvis fra intellektuelle, kunstnere og arbejdere. Bourdieu beskriver de ældres anskuelse af de unge på følgende måde:

“(...) de er imod alt det der forandrer sig, alt det der bevæger sig etc., netop fordi de har lagt deres fremtid bag sig som nogle der har en fremtid, som nogle der definerer fremtiden.” (Ibid.).

Derudover kan der også opstå generationskonflikter i forbindelse med arbejdslivet. De unge vil fremvise garantier via deres eksamensbeviser, hvorimod de ældre henviser til deres erfaring inden for området (Ibid.).

Bourdieu henviser til begrebet *felter* for at beskrive, hvordan der inden for ethvert felt hersker bestemte love for, hvad der definerer at være ung eller gammel. Han forklarer at anskuelse af en specifik målgruppe kræver, at der forskes i, hvordan det enkelte felt fungerer, hvilke opdelinger der finder sted inden for feltet, samt hvilken kamp feltet eventuelt kan udløse. Bourdieu mener dog, at der manipuleres med ungdommen som gruppe, da det forventes, at de dyrker interesser inden for deres specifikke aldersgruppe. En måde hvorpå dette kunne ansues mere dybdegående er, ifølge Bourdieu, ved at opdele ungdomsfænomenet i to kategorier; “de unge der allerede er ude på arbejdsmarkedet” samt “deres jævnaldrende der er studerende.” (Ibid. s. 148). Han mener, at en analyse over for disse to grupperinger vil give anledning til at rette opmærksomhed mod nogle essentielle modsætningsforhold inden for grupperingerne. Derfor vil det være hensigtsmæssigt at analysere grupperne særskilt:

“(...) misbruger man sproget i helt utrolig grad når man underordner en række sociale universer der praktisk talt intet har tilfælles, under det samme begreb.” (Ibid. s. 149).

Bourdieu påpeger, at ungdomsbegrebet dog fungerer på en universel vis, når begrebet karakteriseres af "midlertidig uansvarlighed" (Ibid). Inden for denne kategori befinder de unge sig splittet mellem et børne og voksen stadie, hvor de i nogle sammenhænge anskues som børn, og i andre som voksne. Han påpeger, at det er en *"meget væsentlig social kendsgerning"* at definere sig selv som ung, og dermed som *"halvt barn - halvt voksen"* (Ibid). I arbejdet med vores empiri vil det dermed være interessant at se nærmere på, hvorvidt de unge ønsker at definere sig som koncertgæster til en klassisk koncert, altså hvorvidt deres behov om at definere sig selv som "unge" bliver opfyldt inden for dette miljø. Bourdieu nævner også, at klasseforskelle er med til at definere en persons ungdom. Førhen var der stor forskel på de muligheder og den ungdom studerende fra borgerskabet havde, sammenlignet med hvordan unge arbejdere tilbragte deres ungdomsliv. Mulighederne via ungdomsuddannelserne er i dag, er med til at udviske de grænser der måtte herske mellem de sociale klasser. Bourdieu påpeger, at et gymnasieforløb tidligere var tiltænkt de unge som ønskede højere lønnede stillinger i samfundet. Dette er dog i dag ændret på baggrund af en større udligning af klasseforskellene. Bourdieu mener, at unge i det senmoderne samfund har "brudt den onde cirkel", da de ikke længere på samme måde er selvskrevet til at få et arbejde indenfor den samme sociale klasse som deres forældre (Ibid. 152). Dette har dog også medført, at den symbolske værdi af et eksamensbevis har ændret status:

"Som følge af at et eksamensbevis værdi altid er lig med dets bæreres værdi, bliver en sådan titel devalueret i samme øjeblik den bliver mere almindelig, men den taber yderligere værdi fordi nogle folk der er "uden social værdi", får adgang til den." (Ibid.).

Broady er enig i denne anskuelse, da han mener at den kulturelle, og dermed symbolske værdi af uddannelse, både kan forstærkes og svækkes, hvis der eksempelvis forekommer inflation på baggrund af et forøget antal højtuddannede (Broady, 1998, s. 424). Bourdieu pointerer, at en af de væsentligste grunde til at mange unge vil identificere sig som voksne, er den økonomiske, og dermed symbolske magtposition som voksenlivet medfører. Han mener, at dette ligger til grund for at mange unge vælger at studere videre efter skoletiden. Han definerer det at være studerende på følgende måde:

"(...) så fører det at være placeret i en situation som "studerende" til at man gør en masse ting der er konstituerende for skolesituationen." (Hovmark, 1980/1997, s. 150).

Bourdieu nævner, at studerende tilegner sig nogle normer, som f.eks. at være sammen med jævnaldrende, som ofte har mange bøger liggende på skrivebordet. Derfor behøver de ikke i lige så høj grad at deltage i de huslige pligter, da de efter eget udsagn, skal passe deres studier (ibid.). Betegnelsen "ungdom" skal især anskues ud fra hvilket skolesystem gruppen er underlagt, samt hvilke interesser der især gør sig gældende inden for den specifikke generation, og som forekommer på tværs af de forskellige sociale klasser. Han pointerer dog også, at de unge, på samme måde som de ældre, har et ønske om at definere de ældre som "ældre". Dette er i højere grad med til at bekræfte deres egen position som de unge (Ibid. s. 156).

6.4 Lyttemåder- og præferencer

Forsker i musikvidenskab, nordisk litteratur og musikterapi samt uddannet musikterapeut, Lars Ole Bonde står bag bogen "Musik og menneske - introduktion til musikpsykologi". Bonde har struktureret bogen med udgangspunkt i den norske musikprofessor og psykolog Even Ruuds teoretiske niveau-forståelsesmodel, der omhandler forskellige analyseaspekter til musik: *det fysiologiske niveau, det syntaktiske niveau, det semantiske niveau og det pragmatiske niveau* (Bonde, 2009, s. 23).

Sammenhængen mellem musikkens niveauer, funktioner og implikationer			
Niveau	Musikforståelse	Fokus	Musikkens mulige virkning
1. fysiologisk	Musik som lyd	Lydens og musikkens fysiske og psykofysiologiske egenskaber	Lydens og musikkens virkning på kroppen
2. syntaktisk	Musik som sprog med betydning	Musikalsk syntaks og betydningsdannelse	Musikkens virkning som æstetisk fænomen: oplevelsen af sammenhæng, struktur og generative principper
3. semantisk	Musik som sprog med mening	Musikalsk semantik og meningsskabelse	Musikkens virkning som eksistentielt og åndeligt fænomen
4. pragmatisk	Musik som interaktion	Musicing	Musikkens virkning som socialt fænomen

Figur 1

Kilde: Bonde, Lars; "Musik og Menneske" s. 149

Figur 4. Sammenhængen mellem musikkens niveauer, funktioner og implikationer

Disse niveauer er netop brugbare til at undersøge på hvilken måde der kan arbejdes med musiklytning, og dermed også med unges musikpræferencer- og oplevelser. Ifølge Bonde kan der lyttes til musik på flere forskellige måder: lytning med og for kroppen, lytning efter lyd og syntaks, lytning efter mening samt lytning efter fællesskab (Ibid. s. 192). For at opnå den mest optimale lytning er det ifølge Bonde vigtigt at komme omkring alle de forskellige niveauer i modellen (Ibid. s. 193). Lyttemåderne vil i det følgende blive gennemgået seperat. Det er dog vigtigt at tage i betragtning, at de fire niveauer kan overlappe hinanden.

Lytning med og for kroppen kaldes også *kropslytning* eller den *affektivt-intuitive lyttemåde*. Denne lytteform hører især under det første fysiologiske niveau i den ovenstående model. Lytteformen har således til hensigt at åbne både krop og sind op over for en ikke-intellektuel tilgang til musikken. Musikterapeut og violonist Helen Bonny mener, at denne lyttemåde skaber en dybere forståelse for musikken, og dermed en psykologisk reaktion på musikkens virkning på kroppen og sindet (ibid. s. 192). Ifølge musiker og musikfænomenolog Peter Bastian eksisterer der ikke en rigtig måde at lytte til musik på, da dette afhænger af det enkelte værk/nummer. Han mener således, at det er centralt at belyse på hvilke forskellige måder kroppen reagerer på et givent værk/nummer. Det er dog muligt at træne kroppen og sindet op til at opnå et

større udbytte af musikken, hvilket sker gennem stor koncentration og opmærksomhed hos lytteren (Ibid. s. 192-193).

Ifølge musikforsker Erik F. Clarke kan *lytning efter lyd og syntaks* betegnes som *auditiv perception*, hvilket omhandler at undersøge, hvad lyden lyder som, samt hvad lytteren kan gøre med denne. Clarke fremlægger hertil en såkaldt "økologisk model", som bestræber sig med at undersøge hvordan *lytteren interagerer med deres auditive (herunder musikalske) omgivelser.*" (Ibid. s. 195). Den amerikanske psykolog James Gibson er enig i denne anskuelse af musikken, da han mener, at musikken skal stå i forbindelse med begrebet *tjenlighed*. De tjenligheder som lytteren har adgang til kommer an på personens adfærdsmønster, forudsætninger for at opnå dette, fantasi m.m. (Ibid. s. 197). Lyttemåden skal forstås som en måde hvorpå musikken kan benyttes til forskellige formål i forskellige kontekster, eksempelvis til at danse til, til hverdagen, i forskellige forum m.m.

Lyttemåden *lytning efter mening* omhandler især hvordan musikken kan indeholde nogle symbolske og/eller metaforiske betydninger, og omhandler således det tredje, semantiske niveau i modellen. Den engelske filosof Roger Scruton skriver følgende:

"(...) fordi metaforen beskriver nøjagtig hvad vi hører, når vi hører lyde som musik"
(Ibid. s. 201).

Scruton mener ud fra dette citat, at mennesket har behov for nogle kropsligt funderede begreber at holde betydningen af musikken op omkring, for at kunne beskrive oplevelsen af musikken til fulde. Eksempelvis kan lytteren beskrive en musikoplevelse i forhold til rum og bevægelse, altså hvor i rummet tonerne ligger placeret samt hvilken bevægelse tonerne følger (Ibid.). Denne lyttemåder inddrager væsentlige elementer *lytning med og for kroppen*, da tonehøjder ofte fornemmes bestemte steder i kroppen. Generelt opleves dybe toner i den nedre del af kroppen, mens høje toner placeres i hoved og hals (Ibid. s. 202). Den norske musikprofessor Hallgjerd Aksnes mener, at brugen af metaforer er væsentligt at tage med i en undersøgelse om eksempelvis lyttemaner, da dette både udtrykker lytterens kulturelle værdier samt personens kropslige oplevelse af musikken. Hun mener, at dette vil give en bredere kommunikationsanalyse af musikoplevelsen, da disse metaforiske udtryk deles og

genkendes hos mange mennesker. Bonde fremlægger, at brugen af metaforer ofte benyttes i hverdagssammenhænge, og derfor vil disse naturligt også indgå til at beskrive et værk m.m (Ibid. s. 204). Den norske musikprofessor- og tereapeut Even Ruud fremlægger også, at lytteren i høj grad gør brug af metaforer for at beskrive musikkens virkning på kroppen, hvilket ellers kan være svært at forklare i praksis. Ifølge Ruud skal disse symbolske beskrivelser forstås inden for et bestemt kulturelt meningsfællesskab (Ruud, 2013, s. 68), hvilket dermed må være med til at definere denne gruppe af lyttere. Ruud pointerer, at musikken i sig selv ikke må forveksles med en given følelse som lytteren beskriver denne som men i stedet som "et udtryk for" en bestemt følelse.

Til lyttemåden *lytning efter fællesskab* lægges der fokus på musikkens virkning som et socialt fænomen. Bonde fremstiller, at der i moderne kognitiv musikpsykologi er bred enighed om, at musik netop skal udøves og opleves på denne måde:

"evnen til at skabe og opleve musik er en fælles menneskelig egenskab, som dog kan udvikles i større eller mindre grad, afhængigt af musikkens placering i familien, i nærmiljøet og i den specifikke kultur." (Bonde, 2011, s. 283)

I en undersøgelse om lytte- og præferencevaner vil det således være hensigtsmæssigt at lægge vægt på lytterens netværk og kulturelle baggrund. Frederik Pio, der er musikpædagogisk forsker, inddrager begrebet *habitus*. Han forstår begrebet som 'vaner', hvortil han tilføjer at øvning i forhold til udførelse eller aflytning af musik kan indgå. Ifølge Pio vil habitusbegrebet bidrage til at øge forståelsen af forholdet mellem mennesket og musikken (Ibid.). Ruud fremlægger i sit værk: "Musik som kommunikation og samhandling", at betegnelsen *musicering* er særligt anvendeligt som:

"en social praksisform hvor mennesker bruger musikalske virkemidler til at skabe relationer og dermed producere ny virkelighed." (Ibid. s. 182).

Ud fra ovenstående citat fremstiller Ruud, at musik kan anvendes til at skabe nye relationer og samhørighed. Han henviser i denne forbindelse til, at musik handler om: "*individets bevissthet om «å være den samme» (latin iden = «den samme»)*" (Ruud, 2013, s. 52). I dette speciale vil vi derfor være opmærksomme på, at informanternes

musikpræferencer eventuelt er et udtryk for, hvad deres netværk også lytter til og på hvilke måder.

7. Case: To klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester

7.1 Metodiske overvejelser til analyse

I artiklen "Musik som identitet" fra 2015 beskæftiger forfatterne Lars Ole Bonde og Jens Henrik Koudal sig med musik som en identitetsmarkør. Heri fremstilles bl.a. Charlotte Rørdam Larsens og Koudals forskningsmetoder, der anvendes til at undersøge forholdet mellem musik og identitet. Koudal og Rørdam Larsen beskæftiger bl.a. med musik som en generationsmarkør, hvori de både anvender metoderne biografisk, narrative interviews samt trykte selvbiografier (Bonde & Koudal, 2015, s. 7). Bonde og Koudal skriver følgende:

Interview-situationen muliggør, at interviewerens vinkler samtalen og følger op med uddybende spørgsmål. Den publicerede selvbiografi er med sin fikserede, skriftlige form udtryk for 'mindearbejde' gennem lang tid og afspejler – bevidst eller ubevidst – litterære greb, som tjener selviscenesættelsen. (Ibid.).

Bonde og Koudal pointerer, at metoderne er med til at skabe viden omkring individernes: "værdier, tilhørsforhold til mennesker, steder og tidsperioder." (ibid.). I denne opgave vil der indgå både kvalitative spørgeskemaer og interviews, da vi ønsker at undersøge elevernes individuelle besvarelser på skrift og dermed på hvilken måde de beskriver deres oplevelser med klassisk musik. Derudover vil vi lave et fællesinterview, hvor vi netop har mulighed for at følge op på nogle af informanternes spørgsmål, samt stille yderligere spørgsmål som samtalen skrider frem.

7.1.1. Spørgeskemaerne

Vi har opbygget og analyseret vores spørgeskemaer ud fra bogen

"Spørgeskemaundersøgelser - fra konstruktion af spørgsmål til analyse af svarene" fra 2008 af lektor i sociologi og metode Merete Watt Boelsen. Hun lægger vægt på, at et spørgeskema skal indeholde overskuelighed og gennemsnitlighed. Begrebet

“overskuelighed” betyder overordnet, at det er vigtigt at sortere i spørgsmålene således, at det kun er de mest centrale spørgsmål der stilles samt at formuleringen af disse er klar og tydelig. “Gennemsigtighed” handler om, at forskeren har mulighed for at benytte samme forskningsstrategi og de samme spørgsmål igen i andre sammenhænge (Boolsen, 2008, s. 13). I udarbejdelsen af et spørgeskema har Boolsen tilføjet nogle bestemte retningslinjer, hvilket forskeren kan benytte for at overholde kravene om overskuelighed og gennemsigtighed. Disse regler er: 1. *tænk baglæns*, 2. *vær præcis*, 3. *tænk på respondenterne* samt 4. *vær særlig opmærksom på de centrale variable* (ibid. s. 49).

Regel nr. 1: “Tænk baglæns”

Denne regel gør det lettere at bearbejde informanternes svar fra spørgeskemaet, da dette i forvejen er tænkt ind i processen. Det er vigtigt at tænke opgavens problemformulering ind i udarbejdelsen af spørgsmålene, da dette vil gøre det lettere at holde et bestemt fokusområde på opgaven igennem (Ibid. s. 50). I vores undersøgelse af unges forbrugsvaner omkring klassisk musik var det derfor væsentligt at spørge ind til, hvor ofte de går til koncert samt deres generelle holdninger til, samt opfattelse af, klassisk musik.

Regel nr. 2: “Vær præcis”

I forlængelse af ovenstående regel er det vigtigt at være præcis i både formuleringen samt den overordnede konstruktion af spørgsmålene. Vi har derfor, bl.a. konstrueret en række overordnede temaer og/eller overordnede spørgsmål, som er blevet uddybet af enkelte underspørgsmål (Ibid. s. 50-51). Vi har derudover ikke kun spurgt ind til hvorvidt informanten tidligere har oplevet klassisk musik, men også spurgt ind til hvor oplevelsen fandt sted, hvordan personen oplevede oplevelsen m.m.

Regel nr. 3: “Tænk på respondenterne: Kan spørgsmålene forstås og besvares?”

Her er det vigtigt at begreberne *svarevne* og *svarvillighed* indgår i processen. Det omhandler, at informanten tænkes ind i spørgeskemasituationen, dvs. at tænke over hvorvidt spørgsmålene er forståelige og mulige for personen at besvare, samt om informanten har lyst til at besvare dette. Boolsen skriver følgende; *“Frem for alt er vi interesserede i, at respondenterne besvarer spørgsmålet i overensstemmelse med*

'sandheden'." (Ibid. s. 22). Hun mener, at ovenstående metoder om svarevne og villighed bevirker, at informanten skriver sin egentlige mening i spørgeskemaet.

Det vil derfor være hensigtsmæssigt, at forskeren på forhånd indtager rollen som informant, hvilket eventuelt vil kunne hindre vildledende formuleringer m.m. Vi har derfor foretaget en sådan gennemgang/test af spørgsmålene inden selve undersøgelsessituationen.

Regel nr. 4: "Vær særlig opmærksom på, hvordan de centrale variable konstrueres"

Regel nummer fire omhandler, hvilke variabler der indgår i undersøgelsessituationen, og hvordan disse kan operationaliseres på en sådan vis, at de både er forståelige for informanten samt målbare for forskeren (Ibid. s. 54). Vi har valgt at operationaliseres Bourdieus kernebegreber *habitus* og *kapital* til hvorvidt der optræder nogle personer i informantens omgangskreds eller familie som lytter/går til klassiske koncerter, hvad informanten forbinder med klassisk musik samt hvorvidt klassisk musik betyder noget for informanten.

Regel nr. 5 "Øv dig, øv dig, øv dig"

Denne regel omhandler, at det er vigtigt at øve sig i et konkret og forståeligt sprogbrug i spørgeskemaet. Vi har, som tidligere nævnt, taget udgangspunkt i, hvordan vi udarbejdede spørgeskemaer til vores pilotprojekt (Nordtorp & Østergård, 2017, bilag 2, s. 2-5). Vi havde dermed i denne forbindelse mulighed for, at øve os i, at udarbejde spørgeskemaer. Dette gav dermed anledning til at diskutere og rette op på fejkilder i spørgeskemaerne.

Udover de ovenstående retningslinjer for opbyggelsen af et spørgeskema valgte vi også at medtage, hvad vi som forskere skal være opmærksomme på at undgå i spørgeskema processen. Booelsen fremhæver følgende punkter: "1. undgå tvetydige spørgsmål og tvetydige ord, 2. undgå lange spørgsmål, 3. Undgå følelsesmæssige spørgsmål, 4. Undgå hypotetiske spørgsmål, 5. Undgå meget generelle spørgsmål, 6. Undgå ledende spørgsmål, 7. undgå tekniske udtryk, 8. undgå spørgsmål, der forudsætter særlig viden, 9. undgå negationer, 10. husk også at..."

Baggrundsviden for opbyggelsen af spørgeskemaerne

I vores pilotprojekt benyttede vi os også af Booldsens kernebegreber: overskuelighed og gennemsigtighed (Nordtorp & Østergård, 2017, bilag, s. 2-5). Som tidligere nævnt er sidstnævnte begreb især tiltænkt med det formål, at forskeren kan anvende de samme spørgsmål igen i andre forskningssammenhænge samt eventuelt efterarbejde og/eller videreudvikle disse. Da informanternes besvarelser fra spørgeskemaerne i vores pilotprojekt fra 2017 viste nogle tydelige tendenser og var let tilgængelige at analysere ud fra, valgte vi, at anvende næsten alle disse spørgsmål igen i dette speciales spørgeskemaer. Dog ændrede vi i nogle af spørgsmålene samt tilføjede enkelte ekstra spørgsmål. Disse ændringer vil løbende blive gennemgået i afsnittet: *Opbygningen af spørgeskemaerne*.

Vi udarbejdede i pilotprojektet fra 2017 to forskellige spørgeskemaer til undersøgelsen. Et inden koncertoplevelsen og et efter. Dette gav os blandt andet mulighed for i opgaven at diskutere, hvilken opfattelse informanterne havde af klassisk musik inden koncerten, samt hvorvidt denne opfattelse ændrede sig efter koncerten. Det samme valgte vi at gøre i undersøgelsen til dette speciale.

Vi udarbejdede spørgeskemaer til koncerten "Rafael Payare vol. 1" d. 23 november 2017 samt til koncerten "Sydeuropæiske stemninger" d. 22 marts 2018. Opbyggelsen af begge spørgeskemaer er næsten ens, dog tilføjede vi nogle enkelte spørgsmål til spørgeskemaet ved Sydeuropæiske stemninger. Vi er opmærksomme på, at der kan spores en fejlkilde i det faktum, at spørgeskemaerne til hver af koncerterne ikke er helt identiske, hvilket derfor vil blive diskuteret i de enkelte cases i analysen. Spørgeskemaerne til hver af koncerterne blev udformet således.

Opbygningen af spørgeskemaerne

Inden koncerten

Vi ønskede først at opnå generel information om informanterne, hvilket også sikrede, at informanterne aldersmæssigt ligger inden for den valgte målgruppe på 15 til 19-årige. Hertil var det også relevant at vide, hvilke musikgenrer informanterne oftest lytter til.

Hvem er du?

Navn:

Alder:

Hvilke(n) musikgenre(r), er du normalt vant til at lytte til?

I spørgeskemaet til "Sydeuropæiske stemninger" tilføjede vi følgende ekstra spørgsmål:

Spiller du selv musik?

Hvor ofte går du til koncert?

Vi valgte at tilføje disse spørgsmål ud fra en vurdering om, at informanternes baggrundsviden om musik måske kan have en indflydelse på, hvorvidt de prioriterer at lytte til klassisk musik? Derudover tilføjede vi det andet spørgsmål for at undersøge deres koncert-vaner i det generelle, da dette kan formodes at have indflydelse på deres deltagelse i klassiske koncerter.

De følgende spørgsmål var specifikt rettet mod klassisk musik. I spørgsmålene benyttede vi verbet "opleve" en del som det kan ses nedenfor. Dette var for at rette informanternes svar mod hele oplevelsen ved koncerten og ikke kun musikken. Vi spurgte informanterne ind til følgende:

Klassisk musik

Har du oplevet klassisk musik før?

Hvor foregik oplevelsen/oplevelserne?

Kan du beskrive, hvordan du oplevede én eller flere af disse oplevelser?

Til det sidste af ovennævnte spørgsmål gav vi informanterne nogle svarmuligheder som eksempelvis: i film, radioen, koncertsal, i skolen osv. Dette valgte vi at gøre med henblik på, at det skulle være lettere for informanterne at huske, hvor de befandt sig, da de oplevede klassisk musik. Derudover kan disse forslag medvirke til, at informanterne ikke lader deres besvarelser påvirke af det faktum, at de netop befinder sig i et koncerthus. I spørgeskemaet til Sydeuropæiske stemninger tilføjede vi ét enkelt spørgsmål som lyder:

Er der nogen i din omgangskreds eller familie som lytter/går til klassiske koncerter?

Ovenstående spørgsmål var relevant at medtage, da besvarelsen af dette muligvis kan give os information om, hvorvidt informanternes eventuelle interesser, eller manglende af samme, ligger til grund for en påvirkning fra deres omgangskreds.

Herefter ønskede vi at skabe viden omkring, hvorvidt klassisk musik spiller en rolle i informanternes liv. Formuleringen af de følgende spørgsmål skulle dermed give informanterne rig mulighed for at åbne op omkring nogle personlige besvarelser, da disse omhandler musikkens betydning for den enkelte informant:

Betydning for dig

Hvad forbinder du med klassisk musik?

Betyder klassisk musik noget for dig? (hvorfor/hvorfor ikke?)

Informanternes besvarelser til det første spørgsmål kan både omhandle bestemte komponister, værker samt karakteristiske elementer ved klassisk musik og/eller stemningen der hersker omkring denne. Hertil vil det i en analyse være interessant at se nærmere på, hvorvidt nogle af informanterne eventuelt knytter de samme beskrivelser til musikken. Intentionen med det sidste spørgsmål, var at undersøge hvorvidt klassisk musik tiltaler informanterne, samt hvad der ligger til grund herfor.

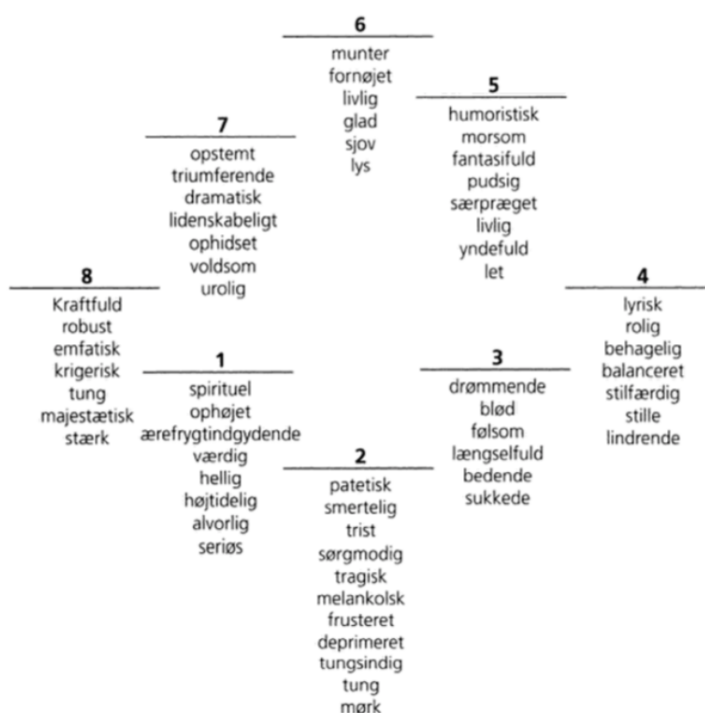
Efter koncerten

Efter begge koncertoplevelser stillede vi informanterne nogle spørgsmål, hvilke var formuleret med henblik på, at de kunne give deres umiddelbare indtryk af koncertoplevelsen.

Hvordan oplevede du Rafael Payare?

Hvilke følelser sad du med under koncerten? (Hevner's Mood Wheel)

De første to spørgsmål anvendte vi også i spørgeskemaet til pilotprojektet, hvor vi overordnet fik nogle fyldestgørende besvarelser. Derfor valgte vi at medtage disse i denne undersøgelsessituation. Til spørgsmålet omkring: *Hvilke følelser sad du med under koncerten?* tilføjede vi modellen "Mood Wheel" fra 1930'erne, som er udarbejdet af, den amerikanske forsker i blandt andet musikpsykologi, Kate Hevner Mueller. På dansk kan denne model betegnes som et "stemningshjul" eller "adjektiv-liste", da denne netop indeholder forskellige adjektiver i form af følelser (Bonde, 2009, s. 169). Modellen præsenteres i Bondes bog "Musik og menneske". Bonde mener, at der er forskel på musikrelaterede følelser og følelser på et mere generelt plan. Generelt kan følelser således relateres til en bestemt situation, person m.m., hvor musikrelaterede følelser i højere grad relaterer sig til, samt kan forstærke eller afdæmpe, bestemte oplevelser og/eller stemninger (Ibid. s. 319). Modellen kan ses på nedenstående billede:



Figur 5. "Mood Wheel" af Kate Hevner Mueller

Vi havde derudover tilføjet nogle ekstra skrive-linjer under modellen i spørgeskemaet, således at informanterne eventuelt kunne uddybe deres valg af adjektiver/følelser. Til spørgeskemaet i pilotprojektet observerede vi, at disse adjektiver gjorde det lettere for informanterne at beskrive deres oplevelse af koncerten. Med udgangspunkt i denne

observation, samt Bondes teori om at modellen er anvendelig i spørgeskemaer, valgte vi, som før skrevet, at benytte modellen igen til disse spørgeskemaer. Bonde fremlægger denne model som anvendelig til netop at beskrive bestemte musikalske udtryk og/eller følelser.

Endvidere tilføjede vi yderligere følgende spørgsmål:

Hvad synes du personligt om musikken?

Hvad gjorde størst indtryk på dig?

Positivt:

Negativt:

Disse blev udarbejdet med det formål, at informanterne kunne give deres personlige mening om musikken til kende, og fremhæve hvad de syntes var positivt og/eller negativt ved koncertoplevelsen. Dette spørgsmål er specielt anvendeligt i arbejdet med publikumsudvikling, da spørgsmålet kan give nogle klare svar om eventuelle barrierer for informanternes deltagelse i klassiske koncerter.

Det følgende spørgsmål udarbejdede vi med det formål, at vi ønskede svar omkring, hvorvidt denne koncert havde ændret informanternes syn på klassisk musik samt på hvilken måde:

Har noget ændret sig?

Har dit syn på klassisk musik ændret sig efter denne oplevelse? Hvordan?

Besvarelsenerne af det ovenstående spørgsmål kan være relevante for at hjælpe os med at forstå, om det kan lade sig gøre at ændre på folks lyttepræferencer.

Herefter udarbejde vi spørgsmål i relation til helhedsoplevelsen af koncertoplevelserne. Vi stillede til sidst følgende spørgsmål:

Helhedsoplevelsen

Er der nogle bestemte mønstre, opførsler, eller normer, som du har lagt mærke til, finder sted til koncerten eller hos publikum, som du evt. ikke oplever andre steder? Hvordan vil du beskrive helhedsoplevelsen af denne aften?

I spørgeskemaet til vores tidligere pilotprojekt spurgte vi ind til det samme, hvor betegnelsen "koder" blev brugt i stedet for ordene: mønstre, opførsler eller normer. Det var dog tydeligt, at ordet: koder, ikke var forståeligt for alle informanterne. Derfor valgte vi at omformulere dette, for at sikre os at spørgsmålet fremstod forståeligt for alle informanterne. Informanternes helhedsoplevelse af koncerterne kan både henføre til musikken, Aalborg Symfoniorkester, koncertsalen, Musikkens Hus, publikummet m.m. Dette spørgsmål er således tænkt med dét formål, at informanterne havde mulighed for at give deres umiddelbare indtryk af, samt holdning til, den samlede koncertoplevelse. I pilotprojektet spurgte vi separat ind til, hvilket indtryk informanterne fik af Musikkens Hus. Dette spørgsmål valgte vi dog ikke at medtage i denne undersøgelse, da vi i højere grad er interesserede i, hvorvidt informanterne selv nævner Musikkens Hus i deres beskrivelse af det samlede indtryk af hele koncerten. Derudover er det væsentligt at benytte så få spørgsmål som muligt, for at overholde kravene om overskuelighed og gennemsigtighed.

7.1.2. Interview

Udover dataindsamling via kvalitative spørgeskemaer, som skrevet i nærværende afsnit, vil vi yderligere basere vores undersøgelse på et fællesinterview som vi ligeledes lavede før og efter koncerten. Disse havde til opgave at hjælpe med at cementere og underbygge de betragtninger som udmundede af vores spørgeskemaer. Vi vil i det følgende afsnit kort redegøre for de tanker, som vi gjorde os i opbygningen, udførelsen samt efterbehandlingen af interviewene. Kvale og Brinkmann skrev i 2009 bogen *Interview*, hvori der beskrives og diskuteres hvordan et interview kan opbygges og viderebehandles. Dette bidrager til at give mest mulig nyttig og valid viden ud af dét, der ønskes undersøgt.

Først og fremmest er det vigtigt at udvælge en interviewform som relaterer mest muligt til den valgte case og til den form for viden der ønskes at indsamle. Kvale og Brinkmann skriver dog, at det er vigtigt at have i mente, at der ikke findes generelle

standardprocedurer som kobler sig til forskningsinterviews (Kvale og Brinkmann, 2009, s. 168). I og med vi også anvendte kvalitative spørgeskemaer, skulle interviewet som sagt primært verificere spørgeskema dataene, men samtidigt også fungere som et redskab til at fordybe sig i enkelte betragtninger som vi fandt interessante, samt til at supplere spørgeskemadataene. Derfor virkede det fordelagtigt at benytte fokusgruppeinterview som metode (ibid. s. 168-179). Clive Boddy, der er professor på Middlessex University Business School inden for lederskab og organisatorisk adfærd, har beskæftiget sig med forskellige interviewformer og heriblandt fokusgruppeinterview. Han forklarer i sin tekst: *"A rose by any other name may smell as sweet but "group discussion" is not another name for a "focus group" nor should it be"* fra 2005 hvordan et fokusgruppeinterview skal forstås og angribes. Ifølge Boddy giver interviewformen specielt mening i forbindelse med at indsamle data fra en gruppe, samt til at gøre det muligt for gruppen at diskutere på tværs af hinanden, og endvidere at følge op på sammenkædede og udfordrende synspunkter der frembringes. Dette vil dermed lede til nye perspektiver hos intervieweren men således også informanterne i blandt. Boddy nævner, at det er vigtigt, at intervieweren forstår sin rolle og kan styre interviewet og interaktionen mellem personerne sammen. Desuden fortæller han, at antallet af personer i et fokusgruppeinterview ikke er vigtigt, da dette blot forklares som en forsamling af en gruppe (Ibid. s. 251-252). Fokusgruppeinterview blev en udbredt form i 1950'erne, hvor de især blev brugt til forbrugerforskning og -motiver. Formen er på samme måde udbredt i dag, hvor interviewene ligeledes bruges i forbindelse med skabe indsigt i, samt forståelse af sociale programmer (Kvale og Brinkmann, 2009, s. 170).

I vores tidligere pilotprojekt valgte vi ligeledes at udarbejde fokusgruppeinterviews i forlængelse af spørgeskemaer. Den samme undersøgelsessituation og målgruppe optræder også i denne undersøgelsessammenhæng. Vi fandt det derfor gavnligt, at anvende nogle af de samme metodiske elementer fra undersøgelsen i pilotprojektet, samt at efterarbejde nogle af de metoder, som vi brugte i både forberedelsen og udførelsen af dette. En enkel, men samtidig ganske væsentlig regulering, vi valgte at foretage os, var at formindske mængden af spørgsmål i interviewet. Dette skulle medføre, at undersøgelsessituationen virkede kortere, og samtidig skulle det give muligheden for at gå mere i dybden med enkelte problemstillinger. Vi gjorde os netop en erfaring fra pilotprojektets undersøgelse om, at flere af informanterne blev dvaske og

uengagerede, da vi nåede til interviewet efter koncerten. Samtidig blev der indimellem brugt for meget tid på nogle af spørgsmålene. Med udgangspunkt i vores erfaring fra undersøgelsen i pilotprojektet fandt vi også frem til, at vores væremåde som interviewere i høj grad smittede af på informanterne. I dette projekt valgte vi derfor at lægge stor vægt på, hvordan vi fremstod i vores fysiske og verbale udtryk. Vi erfarede, at det var vigtigt, at vi var udadvendte over for informanterne, således informanterne følte sig godt tilpas, og turde at deltage i interviewet. Samtidig gav vi i specialets undersøgelse udtryk for vigtigheden af undersøgelse, for at informanterne i højere grad var ærlige og seriøse i deres svar. Endvidere var det særdeles væsentligt, at informanterne ikke kun agerede som informanter men også som koncertgæster. De skulle derfor ikke kun føle, at de deltog i en undersøgelse, men i højere grad mærke at de var publikum ved en klassisk koncert. Håbet var at dette ville præge deres helhedsindtryk af koncerten, og på den måde gøre oplevelsen så autentisk som mulig.

Interviewene foregik, som tidligere beskrevet, både før og efter koncerten i forlængelse af spørgeskemaerne. Vi vil i det følgende afsnit, med udgangspunkt i Kvale og Brinkmanns kapitel: *“Tematisering og Design af en Interviewundersøgelse”* hvori interviewdannelsen beskrives gennem forskellige udviklingstrin, forklare hvilke tanker, der ligger bag vores interviewdannelse. Vi vil dog i dette afsnit ikke gå i dybden med hvert enkelt trin, da vores speciale i sig selv, på mange måde afdækker flere af punkterne.

1. Tematisering

Det første trin i en interviewdannelse bør ifølge Kvale og Brinkmann være at forstå og formulere interviewets formål (Ibid, s. 122). Her kan der som en hjælp tages udgangspunkt i undersøgelsens *hvorfor, hvad og hvordan* til at forstå at svare på dette spørgsmål (ibid, s. 125). Her kan der henføres til opgavens problemstilling, hvor vi besvarer hvorfor vi vil undersøge dét vi gør, hvad vi præcist vil undersøge, samt hvordan vi vil gøre det. Endvidere kan der i fremgangsmåden til specialet læses, hvordan vi vil angribe vores speciale. Tematisering er grundlaget for en undersøgelse, og det var vigtigt, at vi under dannelsen af interviewet, hele tiden vendte tilbage hertil, for at vores spørgsmål forblev relevante til interviewet, samt for at vores forhåndsviden inden for problemstillingen var intakt, så der nemmere kunne ske tilføjelser undervejs i

interviewet og ikke mindst for konstant at kunne skabe sammenhæng gennem projektet (ibid. s. 127). Det er under dette punkt også vigtigt at undersøge den målgruppe, der ønskes at arbejde med. Målgruppen der blev taget udgangspunkt i, i begge undersøgelser, er unge mellem 15-19-årige. Den hovedsagelige grundlag for den præcise alders variabel er på baggrund af Kulturministeriets udarbejdede undersøgelse i: Danskernes kulturvaner fra 2012, hvori 15-19-årige bruges som fast aldersgruppe i deres statistikker, og beskrives som den aldersgruppe, der deltager mindst i klassiske koncerter.

2. Design

Her hentydes der til planlægningen af undersøgelsesspørgsmålene. Her er det vigtigt hele tiden at have undersøgelsens "hvorfor" i mente, for at sikre sig, at der opnås den tilsigtede viden. Som tidligere skrevet valgte vi at videreudvikle på tidligere spørgsmål fra vores pilotprojekt. I nedenstående ses det, hvordan vi udformede spørgsmålene. Der er undervejs blevet kommenteret og reflekteret over grundlaget for spørgsmålenes formål:

Før koncerten:

- Hvilket niveau læser i musik på i gymnasiet?
- Havde I musik i folkeskolen?
 - Fik I undervisning i klassisk musik?
- Får i undervisning i klassisk musik på gymnasiet?
 - Hvis ja, hvordan er det?
- Får I undervisning i musik ved siden af studiet? Hvilken?
- Spiller I i bands?
- Er der nogen, der vil være udøvende musikere når I har læst færdig?

Vi startede altså her ud med spørgsmål, som var tænkt at være nemme for alle informanterne at svare på. Disse fungerede altså først og fremmest som led i at starte en samtale op samt at gøre det nemt at deltage. Samtidig var spørgsmålene også et forsøg på at få større indblik i hvem informanterne er, samt hvilket forhold de har til musik og klassisk musik. Samtidigt havde spørgsmål til hensigt at give os indblik i, om informanterne gør noget aktivt, udover at vælge musik på gymnasiet, for at spille og

lære om musik. I vores pilotprojekt fra 2017, startede vi da også op med at spørge ind til deres generelle forhold til musik og klassisk musik. Dette havde vi gode erfaringer med, da det virkede som en blød og uformel måde at starte interviewet op på. Derfor valgte vi at gøre dette igen.

- Har I hørt om Aalborg Symfoniorkester før?
- Hvor mange koncerter tror I, at de spiller om måneden?
- Tror I generelt der kommer mange publikum til deres koncerter?
- Har publikumstallet ændret sig efter Aalborg Symfoniorkester flyttede i Musikkens Hus?
- *“Er det første gang I skal høre Aalborg Symfoniorkester?”* (Østergård og Nordtorp 2017: 9)
- Har de før spillet på jeres gymnasium?
 - Hvis ja. Hvorfor tror I at de gør det?

Vi stillede herefter disse spørgsmål, for at lære om deres forhold til Aalborg Symfoniorkester. Der fremgår ikke lignende spørgsmål i spørgeskemaet, så dette skulle fungere som supplerende viden til spørgeskemaet. I pilotprojektet fra 2017 lavede vi ligeledes spørgsmål angående Aalborg Symfoniorkester. Grunden hertil var på daværende tidspunkt anderledes. Spørgsmålene stillede vi primært dengang, da Aalborg Symfoniorkester ønskede at vi inddragede disse. I specialet er spørgsmålene vigtige, idet vi beskæftiger os med Aalborg Symfoniorkester som case, og det er derfor interessant at undersøge deres præcise tilhørsforhold og viden om ASO.

- Hvordan får man unge ind til klassiske koncerter?

Det sidste spørgsmål vi stillede inden koncerten, drejede sig i høj grad om problemstillingen i vores speciale, og havde til formål at diskutere emnet med udgangspunkt i den viden og for forståelse de har af klassisk musik før koncerten.

Efter koncerten:

- Hvordan var oplevelsen?
- Hvad skal der til, for at I skulle gå mere til klassiske koncerter?

Formålet med disse spørgsmål var at indsamle mere umiddelbar viden om deres koncertoplevelse, til at supplere informanternes svar fra spørgeskemaet. Derudover håbede vi på, at der ville ske en diskussion af, hvordan der kan arbejdes målrettet med publikumsudvikling med unge.

Spørgsmålene blev generelt formuleres åbent, så vi ikke påvirkede informanternes svar. Vi tog ligeledes i betragtning, at der kunne opstå uventede svar og problemstillinger som der skulle spørges mere ind til, således interviewet kunne bevæge sig i en anden retning end planlagt.

3. Interview

Dette punkt henviser til selve interview udførelsen, som forklares i analysen.

4. Transskription

Fokusgruppeinterviewene blev ikke blive transskriberet. De vil i stedet indgå som lydfiler i bilag 8-11.

5. Analyse

Dette punkt omhandler hvordan vi, som interviewere, vælger at fremstille og forstå dataene. Vil inddrage dele af interviewene undervejs i analysen de steder, de findes relevant, for, som tidligere skrevet, at supplere vores spørgeskemaer.

6. Verifikation

Dette punkt omhandler at være kritisk omkring de svar, der er indsamlet. Dette vil vi løbende gøre i analysen og diskussionen.

7.2. Case 1: Aalborg Symfoniorkester "Rafael Payare vol. 1"

Undersøgelsesdesignet til case 1. før koncerten

Produktionskoordinatoren hos Aalborg Symfoniorkester, Helle Lund Rosborg, tog kontakt til en underviser på Aalborg Katedralskole, i forsøget på at finde en gruppe informanter til vores undersøgelse. Hun inviterede ham og hans elever til koncerten Rafael Payare vol. 1. Eleverne var blandede 1.-, 2.- og 3. g'ere, hvoraf størstedelen havde, eller havde haft, musikundervisning på c-niveau. De resterende elever havde enten musik på b- eller a-niveau. Vi mødtes med underviseren og eleverne i hovedfoyeren i Musikkens Hus torsdag d. 23 november. Der mødte i alt 26 elever op. De fleste elever var stille, virkede generte og en smule utrygge ved situationen. De placerede sig i grupper, sandsynligvis opdelt i deres respektive klasser, og endvidere i vennegrupper. Da alle var til stede, fulgtes vi op til et lokale, hvori der normalt foregår undervisning på universitetet. Den fysiske ramme kan herved være bekendt fra deres egne undervisningssituationer. Vi fortalte eleverne, at vi ville starte med at give dem et spørgeskema, hvorefter der ville være et fællesinterview (Bilag 8: Lydfil). Vi fortalte også kort, at vores undersøgelse handler om, hvordan Aalborg Symfoniorkester kan arbejde med at inddrage unge til deres klassiske koncerter. Vi undlod at sige mere om dette, for ikke at påvirke deres besvarelser. Herefter uddelte vi spørgeskemaerne. De unge sad meget koncentrerede og svarede på spørgsmålene. Under interviewet blev der ikke sagt særlig meget, og eleverne virkede stadig generte. Der var dog fem elever, som deltog aktivt under hele fællesinterviewet, hvorfor det primært er deres svar og synspunkter, der fremgår heri. (Bilag 8: Lydfil)

7.2.1. Spørgeskemaer og interview før koncerten:

Hvem er vores informanter?

De 26 informanter er alle mellem 16 og 19 år, hvoraf ti af disse er drenge og 16 er piger. Alle eleverne spiller i nogen grad, eller har tidligere spillet på et eller flere instrumenter. Generelt nævner informanterne, at de lytter til mange forskellige musikgenrer. 19 af informanterne nævner, at rockmusik er dén, eller én ud af flere genrer, som de normalt er vant til at lytte til. 14 af informanterne nævner popmusik, seks nævner indie og jazz, og derudover nævnes genrer som eksempelvis funk, blues, hiphop og rap flere gange. En informant lytter til klassisk musik mens to informanter lytter en smule til det. De to

informanter som lytter en smule til musik, spiller selv klassisk musik. Den ene spiller klarinet (Bilag 6: nr. 21: Lucca) mens den anden spiller cello og tværfløjte (Bilag: nr. 4: Michelle). Det er derfor muligt, at der er en tendens vedrørende informanternes musikalske baggrundsviden og deres musikpræferencer.

Under interviewet (Bilag 8: Lydfil) spørger vi ind til, om de før har modtaget undervisning i klassisk musik. Til dette svarer mange, at de ikke har. En informant fortæller, at de på gymnasiet har haft et kort undervisningsforløb i klassisk musik, hvilket omhandlede barok, opera og operette. Om dette nævnes det, at det til dels var spændende. En anden fortæller i den forbindelse at det var kedeligt samt at teorien vedrørende musikken dræbte hans interessen. En anden informant fortæller, at hun går til klaver i sin fritid, hvor hun både har modtaget undervisning i klassisk og rytmisk klaver.

Informanternes tidligere oplevelser med klassisk musik

Det næste spørgsmål der bliver stillet i spørgeskemaet lyder: *"Har du oplevet klassisk musik før?"* Alle informanterne, med undtagelse af én, svarer, at de før har oplevet klassisk musik. Heraf svarer tre personer, at de kun har oplevet klassisk musik få gange. Følgende spørges der ind til, hvor oplevelsen/oplevelserne foregik, samt om de kan beskrive dette. Hertil svares der kun i nogen grad entydigt. 17 af informanterne nævner, at én eller flere af disse oplevelser fandt sted i en koncertsal. Flere af informanterne nævner specifikt, at koncertoplevelserne foregik i Musikkens Hus med Aalborg Symfoniorkester enten til en almindelig koncert eller til en åben prøve. Derudover nævnes det flere gange, at oplevelserne foregik i form af balletter. Ti informanter svarer derudover, at de har oplevet klassiske musikoplevelser gennem tv og film, mens radio bliver nævnt af otte af informanterne. Endvidere nævner fem informanter at de bruger klassisk musik i situationer, hvor de skal koncentrere sig eller fordybe sig i noget, som eksempelvis lektier og afleveringer. Mie skriver: *"Det kan (red.) virke afslappende, når man skal koncentrere sig."* (Bilag 6: nr. 18, Mie). En anden informant, Signe, forklarer, at klassisk musik kan hjælpe hende til at sove. I disse to tilfælde bruges den klassiske musik herved til at komme i en anden følelsestilstand som giver dem ro. Musikken beskrives endvidere i andre situationer af tre informanterne som afslappende. Flere af informanterne beskriver i korte træk deres oplevelse af den klassiske musik som gode oplevelser. Der bliver benyttet stærke adjektiver til beskrivelse af deres

oplevelser såsom: imponerende, unikt, overvældende, rørende og vildt fedt samt mere neutrale udtalelser som hyggeligt, fint, godt, pænt og rent. To af informanterne forklarer, at deres oplevelser af klassiske koncerter har været kedelige i længden, og én anden informant forklarer, at den klassiske koncertoplevelse varede for lang tid (Bilag 6: nr. 17, Signe).

Kristian er én af de informanter, som normalt lytter til klassisk musik. Han fortæller, at han altid lytter til klassisk musik når han maler. *“Det er meget hyggeligt og sjovt at observere hvordan et maleri tager farve efter musikken, som jeg hører, mens jeg maler. Til tider synes jeg også, at oplevelsen kan være intens.”* (Bilag 6: nr. 23, Kristian). I dette tilfælde bruges den klassiske musik i forbindelse med inspiration til udøvelse af en anden aktivitet. Musikken bliver overført til et maleri. Lucca, er også en af de informanter, som nævner, at hun lytter til klassisk musik i nogen grad. Som eksempel på en af hendes oplevelser med klassisk musik, nævner hun en koncert i Operahuset, som hun deltog i med sin familie. Hun fortæller, at hendes søster er meget interesseret i klassisk musik (Bilag 6: nr. 21, Lucca). Informanten, Michelle, nævner også sin familie, i forbindelse med hendes oplevelse af klassisk musik: *“Min far og jeg tegner meget, og han sætter altid klassisk musik på, da han mener, at det hjælper på kreativiteten. Mit bedste kunst er kommet fra klassisk musik.”* (Bilag 6: nr. 4, Michelle).

Under interviewet (Bilag 8: Lydfil) fortæller vi informanterne, at Aalborg Symfoniorkester indimellem tager ud på skoler og ungdomsuddannelser og spiller koncerter. Vi spørger i den forbindelse ind til, om det er en god idé, og i så fald hvorfor? En af informanterne fortæller, at han ikke tror, at unge mennesker bliver præsenteret nok for klassisk musik. Vi spørger i den forbindelse ind til hvor man kan lytte til klassisk musik, hvis man, i forlængelse af tidligere informants tanke om, at unge ikke bliver præsenteret nok for klassisk musik, skal præsenteres for det? Hertil svarer en af informanterne, at man kan lytte til klassisk musik via streamingtjenester. I forlængelse af dette udtaler en anden af informanterne, at dette dog kan være svært: *“Først og fremmest skal man vide, hvilken slags klassisk musik man kan lide, og derefter skal man finde nogle musikere som fremfører det godt. - Det er meget information, man skal have, hvis man ikke kender så meget til det i forvejen.”* Informanten mener altså, at det er svært for folk, som ikke har stort kendskab til klassisk musik, at finde platforme, hvor de kan

blive præsenteret for det. Dette er en vigtig betragtning at have i mente, hvad angår den klassiske musiks tilgængelighed.

Informanternes forhold til klassisk musik

I spørgeskemaet stilles der, under kategorien "Betydning for dig", følgende spørgsmål: "*hvad forbinder du med klassisk musik?*" Samt "*betyder klassisk musik noget for dig? (hvorfor/hvorfor ikke?)*". Langt de fleste informanter fortæller i spørgeskemaet, at de forbinder klassisk musik med noget smukt og storladent. De nævner især den klassiske musik som en genre, der frembringer følelser. Michelle, som tidligere har nævnt, at hun indimellem lytter til klassisk musik, skriver, at hun forbinder musikken med: "*Ballet, dramatik, teater, glæde og sorg. For mig er det noget af det eneste musik der virkelig sætter mine følelser i gang.*" (Bilag 6: nr. 4, Michelle). Derudover fortæller to af informanterne, at de direkte forbinder musikken med deres familie. Det kan derfor forstås, at flere af vores informanter forbinder musikken med noget, der kan frembringe personlige relationer, følelser, tanker og stemninger. Tre af informanterne skriver, at de forbinder klassisk musik med mange instrumenter, mens to informanter skriver, at de forbinder musikken med en: *stor lyd*. Endvidere nævner fem informanter ordene *fascinerende* og *storslåethed*, hvilket kan fortælle noget om musikkens kvalitet og udtryk. Seks informanter fortæller, at associerer musikken med dygtige musikere og store talenter. Emil skriver, at han forbinder klassisk musik med "*Avanceret musik, som ikke er skrevet for at skulle på top-listen.*" (Bilag 6: nr. 24, Emil). Hvor endvidere tre af informanterne bruger adjektiver som *kompliceret*, *svært at forstå* og "*kræver musik knowledge*" (Bilag 6: nr. 5, Emma Z.). Det fremgår i disse udtalelser altså, at klassisk musik er svært at forstå, formentlig modsat de musikgenre, som de normalt lytter til. To af informanterne forklarer, hvordan de forbinder musikken med noget pænt og rent, som vi vælger at forstå som et udtryk for noget formelt. Yderligere to af informanterne skriver, at de associerer klassiske koncerter med gamle mennesker. Derudover nævner informanterne følgende ord i beskrivelsen af klassiske koncertoplevelser: *dyrt*, *varer lang tid* og *kedeligt*, som alle kan tænkes, at være baseret på enten negative erfaringer med klassisk musik eller forforståelser af musikken.

Det afsluttende spørgsmål i spørgeskemaet lyder: *betyder klassisk musik noget for dig?* Hertil fortæller 11 af informanterne, at klassisk musik, enten i høj eller nogen grad, ikke

betyder noget for dem. Flere af disse informanter virker dog en smule usikre eller tvetydige i deres besvarelser. Eksempelvis skriver Signe: *“Det kan fremkalde mange forskellige følelser og derfor betyder det lidt for mig. Men jeg vil ikke sige, at det betyder meget for mig.* (Bilag 6: nr. 17, Signe). En anden af informanterne skriver; *“(…) jeg synes, at genren har stor betydning, både historisk og for film og spil.”* (Bilag 6: nr. 7, Mikkel). Nogle forstår spørgsmålet som et overvejende personligt spørgsmål, mens andre forstår spørgsmålet som, at klassisk musik betyder noget i et større perspektiv. Mie svarer: *“Nej ikke rigtig. Jeg tror, det er fordi, jeg ikke ved så meget om det, og fordi jeg ikke har hørt så meget.”* (Bilag 6: nr. 20, Mie). Mie forsvarer altså betydningen af klassisk musik for hende, med sin viden heraf og/eller ud fra antallet af oplevelser hun har haft med musikken. Emil forklarer også, at grunden til, at musikken ikke betyder meget for ham, kan sættes i forbindelse med, at han ikke selv spiller klassisk musik. (Bilag 6: nr. 24, Emil)

Flere informanter mener, at klassisk musik spiller en væsentlig rolle i forhold til den vestlige musikkulturs historie: *“Da det er der musikken “starter” betyder det selvfølgelig noget. Hvis det ikke havde eksisteret, ville vi ikke have den musik vi kender i dag.”* (Bilag 6: nr. 1, Emil). En anden anden skriver også, at den klassiske musik har udviklet sig til dét vi har i dag, mens flere sætter musikken i forbindelse med fortiden.

I fællesinterviewet (Bilag 8: Lydfil) spørger vi informanterne ind til, hvorfor de tror, at der ikke er lige så mange unge i forhold til ældre som lytter til klassisk musik, samt hvorfor eksempelvis en musikgenre som populærmusik kan virke mere tiltrækkende. Æn af informanterne fortæller, at popmusik er *nemmere* at lytte til, mens den klassiske musik kan være svær og kompliceret at gå til. En anden informanter fortæller i forlængelse af dette: *“Derudover er det nok også sådan, at hvis man er den eneste i klassen der hører klassisk musik, så er det nok ikke lige så sagt.”* Der kommer derfor her et nyt perspektiv i betragtning, nemlig at klassisk musik hos de unge kan virke “utrendy”, og at det kan være svært at opretholde en interesse for noget alene, som andre, inden for den samme målgruppe, ikke har. Det bliver herefter italesat af en af informanterne, at popmusik i højere grad end klassisk musik er tilgængeligt at lytte til samt lave covers til, *“det er klassisk musik ikke.”* En anden af informanterne nævner, at man skal have en bred musikviden, for at kunne lytte til klassisk musik. Det bekræftes af flere af informanterne, at klassisk musik på mange måder er mere kompliceret end popmusik.

En anden af informanterne fortæller desuden: *“Der er nok også en tendens til, at grunden til at det er fedt at lytte til pop er, fordi evt. Justin Bieber er lækker og sej, måske har det ikke så meget at gøre med musikken længere (...) hvorfor klassisk musik falder ud.”* Altså snakker informanten om, at selve musikken, er blevet mere underordnet i dag, i forhold til andre faktorer som spiller ind i forbindelse med musik, som eks. artisten. Dette mener han, kan være en grund til at klassisk musik ikke er lige så sej at lytte til, fordi her er det næsten kun musikken, der er i fokus. Det bliver desuden også italesat, at musikken i dag helst skal være dansevenligt, for at virke tiltalende. *“Men i klassisk musik er der ikke på samme måde trommer som holder beatet eller laver noget nemt rytmisk, som man kan danse til. Det er svært at få greb om.”* Der kan altså også diskuteres at være andre faktorer i spil under koncerter, som virker mere tiltalende for informanterne, end selve musikken i sig selv.

Om koncerten, medvirkende og program:

“Rafael Payare vandt Malko-konkurrencen i 2012 og er nu i den absolutte verdenselite blandt dirigenter. Vi er stolte over at have indledt et samarbejde, hvor Payare i denne sæson dirigerer Bruckners 1. og 2. symfoni.

Inden den storladne 1. symfoni skal vi lytte til Schumanns Manfred-ouverture, komponeret over Lord Byrons gotiske fiktion Manfred samt Schumanns smukke og poetiske klaverkoncert.”

Medvirkende:

Dirigent: Rafael Payare

Solist: Inon Barnatan, klaver

Aalborg Symfoniorkester

Program:

Schumann: Ouverture til Manfred

Schumann: Klaverkoncert

Bruckner: Symfoni nr. 1

(Musikkens Hus, a)

Undersøgelsesdesignet til case. 1 efter koncerten

Efter koncerten mødtes vi i foyeren og gik samlet op til rummet, hvori vi sad forinden koncerten. To af informanterne Anne og Anne, var nødsaget til at gå, da de skulle nå en bus, og derfor svarede de ikke på anden del af spørgeskemaet. Informanterne var nu mere energifyldte, selvom det var sent på aftenen. De snakkede indbyrdes meget om koncerten, og pjattede hele vejen til undervisningslokalet. I lokalet uddelte vi et nyt spørgeskema til informanterne, hvorefter de hurtigt gik i gang med at besvare dette. Spørgeskemaet efter koncerten var en smule længere, og tog derfor lidt ekstra tid end det foregående. Da informanterne var færdige med besvarelsen, var det tydeligt at mærke, at nogle af disse havde travlt med at komme hjem. Herfor gik yderligere to af informanterne. De resterende tilbageværende deltog til fællesinterviewet (Bilag 9: Lydfil), hvorfor det var hensigtsmæssigt kun at stille disse enkelte, relevante, spørgsmål. Flere af de informanter som især deltog i fællesinterviewet efter koncerten virkede til at være mere udadvendte og åbne omkring deres besvarelser end under interviewet forinden koncerten. Vi besluttede på aftenen kun at bevæge os inden for ét emne i interviewet, hvilket var, hvad der skal til, for at unge i højere grad deltager i klassiske koncerter. Derfor har vi i denne del af analysen valgt at kommentere på interviewet som et separat afsnit efter spørgeskemaets informationer.

7.2.2 Spørgeskemaer og interview efter koncerten:

Oplevelse af koncerten:

Det første spørgsmål vi stiller i spørgeskemaet efter koncerten er, hvordan informanterne oplevede Rafael Payare. Hertil svarer alle informanterne, at de generelt er let positive over for oplevelsen, hvortil tre personer dog beskriver oplevelsen som hverken eller. Kristian siger eksempelvis: *“Godt spillet, dog til tider må jeg indrømme, kedeligt og uinteressant. Alt i alt smuk musik, der til tider var fremragende og andre gange mindre godt.”* (Bilag 6: nr. 19, Kristian). Tre af informanterne bruger udtrykket *storslået* om koncerten, tre skriver *fremragende* og fire beskriver koncerten som *fantastisk*. Flere italesætter og beskriver musikerne, dirigenten og solisten. Herom bliver der benyttet beskrivelser som: dygtige, fremragende, talenter m.m. Michelle skriver: *“De var som arbejderbier, afhængige af hinanden. FANTASTISK!”* (Bilag 6: nr. 4: Michelle) Flere italesætter måden hvorpå orkesteret arbejdede sammen. Blandt andet skriver de at lyden var unik og i balance, samt at der gennem samarbejdet på scenen

blev skabt én stor lyd. Det kan heraf udledes, at flere af informanterne havde fokus på selve musikkens og musikernes værdi og kvalitet.

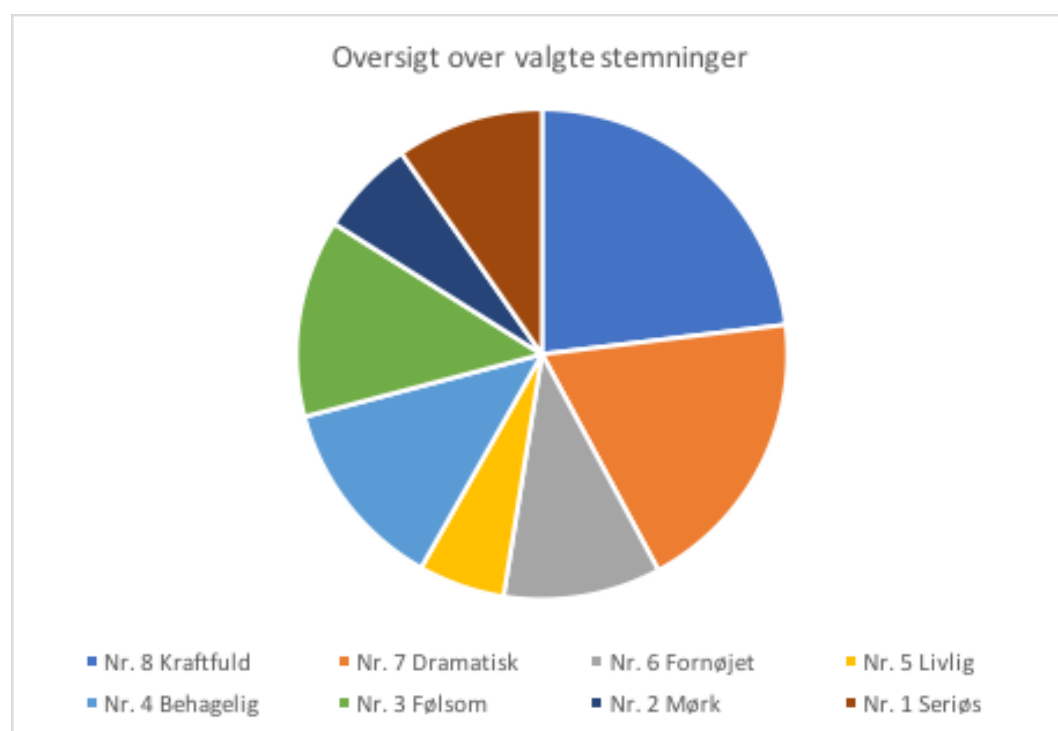
Fem informanter fortæller hvordan koncerten virkede meget ensformig, tre andre bruger derudover beskrivelser som langsommeligt, langtrukket og lang om.

Eksempelvis skriver Ida: *“Jeg oplevede en god koncert, men jeg synes, at stykkerne var meget lange og synes meget ens for mig.”* (Bilag 6: nr. 10, Ida). Endvidere skriver to af førnævnte informanter, at ensformigheden var skyld i at oplevelsen blev kedelig i længden. I alt nævner otte informanter koncertens opbygning/udvikling og længde som en negativ faktor vedrørende koncertoplevelsen.

To af informanterne italesætter også, hvordan koncertoplevelsen var anderledes, end hvad de var vant til. Hertil kan det endvidere tolkes fra flere af informanterne, at det var en ny oplevelse for dem. Eksempelvis skriver Signe: *“Jeg synes det var en meget stor oplevelse at se et symfoniorkester spille.”* (Bilag 6: nr. 22, Signe). To af informanterne italesætter en taknemmelighed vedrørende at de fik muligheden for at opleve en klassisk koncert.

Det næste spørgsmål vi stiller informanterne er: *“Hvilke følelser sad du med under koncerten?”* For at hjælpe dem på vej, inddragede vi Stemningshjulet (jf. afsnittet: 7.1.1. Spørgeskemaerne) i deres spørgeskema. Dette havde som tidligere skrevet til formål at hjælpe informanterne med at sætte ord på de stemninger og følelser, de har mærket under koncerten. Vi har udarbejdet otte cirkeldiagrammer, hvoraf hvert repræsenterer de stemninger, informanterne specielt mærkede under koncerten (Bilag nr. 4). I hvert enkelt fremgår forholdet mellem de valgte stemninger i kategorien. Den stemning der nævnes flest gange, har vi valgt at navngive som overskriften for hvert enkelt diagram. Hvis flere af de forskellige stemninger bliver nævnt det samme antal gange, har vi valgt en tilfældig stemning som overskrift til diagrammet. I den første kategori over stemninger er *følsom* den mest nævnte. Denne bliver i alt nævnt syv gange af informanterne, mens *alvorlig* bliver nævnt seks gange. Kategori nr. to er den gruppe som indeholder flest stemninger. *Mørk* og *frustreret* bliver hver nævnt tre gange af informanterne og udgør dermed de stemninger, der nævnes flest gange i kategorien. I gruppe nummer syv bliver *dramatisk* valgt flest gange, som den stemning der opleves under koncerten. Denne stemning nævnes af 15 informanter, og udgør dermed den stemning/følelse der nævnes flest gange alle stemningsgrupper taget i betragtning.

Dernæst nævner otte informanter stemningen *voldsomt*, mens syv personer nævner både *ophidset*, *lidenskabeligt*, *opstemt* og *triumferende*. I stemningsgruppe nummer otte bliver adjektivet *kraftfuldt* nævnt 14 gange, og dette er dermed den næstmest nævnte stemning i alle stemningsgrupperne. Herefter nævnes *majestætisk*, som indgår i samme gruppe. Denne stemning nævnes 13 gange af informanterne. *Krigerisk* bliver nævnt ti gange, mens de sidste stemninger i gruppen; *robust*, *emfatisk*, *tung* og *stærk* alle nævnes otte gange. I nedenstående diagram er der udarbejdet en oversigt over hvilke stemningsgrupper, der, ifølge informanterne, er de mest populære.



Figur 6. Oversigt over valgte stemninger

Som det ses er nummer 8: *kraftfuld*, den mest valgte stemningsgruppe. Alle de individuelle stemningerne i gruppen nævnes i alt 69 gange samlet i informanternes svar. Herefter kommer gruppe nr. 7: Dramatisk, hvorunder stemningerne nævnes 57 gange. Dernæst optræder stemningerne: *følsom* (nr. 3), *behagelig* (nr. 4) og dernæst *fornøjet* (nr. 6). Dette siger først og fremmest noget om, at næsten alle informanterne har følt en bombastisk og muligvis voldsom stemning under koncerten.

Det næste i spørgsmål i spørgeskemaet lyder: "*hvad synes du personligt om musikken?*" Nogle af informanternes svar til dette spørgsmål minder betydeligt om deres svar

vedrørende deres oplevelse af Rafael Payare, og er i mange af informanternes tilfælde kortfattet. Få informanter gør da også opmærksom på, at de har nævnt noget lignende under forrige spørgsmål. Alligevel kan der i de fleste af informanternes svar ses en mere personlig tilkendegivelse af deres smag i forhold til koncerten, hvor det i det førnævnte spørgsmål vedrørende Rafael Payare, i højere grad handler om musikkens størrelse. Det er meget tydeligt, at informanternes svar til deres personlige mening om musikken er forskellige. Det er svært at registrere nogle mønstre eller valg af ord til beskrivelse heraf som går igen. Der er dog to tydelige meninger om musikken, hvilke afspejles i flere af besvarelsene i spørgeskemaerne. Først og fremmest italesætter alle informanter til dels positive synspunkter om musikken. Det er dog bemærkelsesværdigt, at de eneste to informanter som tilkendegiver, at musikken ikke falder i deres smag dog også roser musikken: *"Ikke min smag, men meget smukt alligevel"* (Bilag 6: nr. 13, Lucas) samt *"Musikken er måske stadig ikke min smag, men synes stadig det var utroligt flot. Det var helt urealistisk så godt pianisten spillede."* (Bilag 6: nr. 12, Sigrid). Dette fortæller noget om, at informanterne kan se udover deres egne præferencer ved at beskrive deres oplevelse med en større indsigt. Samtidig kan dette også tolkes som et udtryk for, at informanterne har svært ved, at udmelde en umiddelbart negativ tilkendegivelse af deres oplevelse med klassisk musik, uden efterfølgende at bløde den op med en positiv bemærkning. Denne opfattelse kan desuden også tages i betragtning, når enkelte informanter eksempelvis påpeger, at koncerten både er kedelig og samtidig smuk.

Endvidere nævner syv informanter igen ensformigheden i værkerne. Der bliver brugt beskrivelser som: langtrukket, kedeligt, *"mindede om hinanden"*, og *"det var meget det samme"*. Eksempelvis skriver Emma W.: *"Jeg synes, at det var meget spændende, men det blev nogle lange numre og derfor var det svært at være koncentreret gennem hele koncerten."* (Bilag 6: nr. 19, Emma). Hun italesætter altså, hvordan længden på værkerne gik ud over hendes fokus under koncerten. Det tyder endvidere på, at nogle af informanterne i højere grad har oplevet koncerten som energisk, hvor nogle i højere grad oplevede koncerten som mere afslappede. Der bliver eksempelvis brugt ord som: *voldsom, stemningsfuld, stærk, dramatisk, energisk og dynamisk*, til beskrivelse af dette. Af andre informanter bliver der brugt ord som: *idylliserende, smuk, afslappende, betagende og følelsesladet*, som i højere grad kan forventes at bruges, når der beskrives et mere behersket energiniveau.

To informanter nævner en interessant betragtning, når de skriver, at de kunne genkende dele af musikken. Mads skriver: *“Der var få steder i forestillingen, hvor man kunne genkende et tema i melodien, og det gjorde det nemmere at huske.”* (Bilag 6: nr. 26, Mads). Mie skriver også: *“Der var nogle satser jeg kunne genkende, jeg nød det, og var meget fanget af det hele det meste af tiden”.* (Bilag 6: nr. 19, Mie). I og med informanterne italesætter genkendeligheden, kan det udledes og tolkes som en væsentlig del af deres oplevelse af musikken. Genkendelse gjorde koncerten nemmere at huske for Mads, hvilket vi vælger at forstå som en positiv iagttagelse, og dermed som en mulig faktor omkring oplevelser af koncertoplevelser. Mie italesætter, i forlængelse af genkendelse i nogle af satserne, at hun nød det, hvorfor det ligeledes kan anses som en vigtig og positiv del af hendes oplevelse med musikken. Modsat forklarer Emma Z., at musikken var svær at forstå: *“Jeg blev følelsesladet af det, men jeg synes også, det var svært at forstå.”* (Bilag 6: nr. 5, Emma Z.). I og med at Emma starter sidste del af sætningen med et “men”, kan det udledes, at udtalelsen skal forstås som en negativ følelse, som hun har haft om musikken. Således kan dette ses som en modpart til genkendelsesfaktoren. Hvis Emma kunne genkende dele af musikken, havde musikken måske ikke været lige så svært at forstå?

Freja, som før koncerten udtalte, at klassisk musik ikke rigtigt betyder noget for hende, skriver, at musikken ramte hende meget: *“jeg blev næsten helt hypnotiseret til tider”.* (Bilag 6: nr. 8, Freja). Det tyder derfor på, at Freja i nogen grad har ændret holdning omkring musikken. Anika, som i spørgeskemaet generelt er meget kortfattet i hendes svar, og som ikke har meget erfaring med klassisk musik, skriver efter koncertoplevelsen, at hun godt kunne finde på at lytte til det. (Bilag 6: nr. 2, Anika). Oliver, som ligeledes italesætter, at han ikke rigtig har oplevet klassisk musik før, skriver; *“Jeg kan godt lide det, og jeg vil klart begynde at lytte til mere.”* (Bilag 6: nr. 25, Oliver) Der ses altså her endnu to mulige ændringer i også Anikas og Olivers forhold til klassisk musik.

Endvidere oplever flere af informanterne første del af koncerten som en bedre oplevelse end anden del af koncerten. Flere omtaler i denne sammenhæng solisten, som kun var med i første del, samt at anden del af koncerten var mere langtrukket.

Under det næste spørgsmål bliver informanterne bedt om at italesætte, hvad der gjorde størst indtryk på dem ved koncerten - negativt og positivt. I nedenstående spalter kan der ses en opdeling af informanternes svar opdelt i henholdsvis positiv og negativ. Det er angivet i kolonnerne, hvis indtrykkene er nævnt flere gange.

Positiv:	Negativ:
Musikken (4)	Værkerne var ensartede (3)
Klaverkoncerten (3)	Langtrukket til sidst (3)
Helhedsoplevelsen (3)	Klapsalverne var lange (2)
Talenter (2)	Værkerne var lange
Samarbejdet på scenen (2)	Svært at klappe
Forskellige følelser i musikken (2)	Voldsomt
Musikernes indlevelse	Dårligt udsyn til alle instrumenter
Udførelsen	Tabte fokus
Det visuelle	Kedeligt at <u>se</u> på
Sangenes klimaks	Klaveret var indimellem irriterende
Stemningsfuldt	Dirigenten bladrede hurtigt
Dynamikken	
Helheden i klangen	
Atmosfæren	
Lyden i rummet	
Energien	
Dirigentens energi	
Skete mange ting	

Som det ses hænger mange af svarene sammen med selve den musikalske udførsel, hvorfor det kan udledes, at musikken i sin helhed er den faktor under koncerten, som har gjort størst indtryk på informanterne oplevelse. Det fremgår også tydeligt, at der er nævnt flere positive indtryk end negative. Musikken i sin helhed er flest gange nævnt som at have gjort et positivt indtryk på informanterne. Andet mest anvendte indtryk er *det hele*, som i nogen grad også kan sættes i forbindelse med musikken som helhed, men

også med helhedsoplevelsen omkring aftenens forløb. Orkestrets, solisten og dirigenten bliver også nævnt som en positiv oplevelse. De bliver nævnt i forbindelse med deres talent, samarbejde, indlevelse, energi og generelle udførsel.

I den negative kolonne bliver ensartetheden igen nævnt som en negativ faktor i informanternes oplevelse. Dette kan tolkes at kunne udlede det tabte fokus som også nævnes i kolonnen. Ligeledes bliver længden på både koncerten og værkerne italesat som en negativ del af deres indtryk af aftenen. Klappe-mønstrene bliver derudover også italesat flere gange som en negativ del af koncerten. Både i form af længden af tiden der bruges på at klappe, samt dét faktum at der ikke klappes efter hvert enkelt værk.

Har noget ændret sig?

Det næste spørgsmål lyder: *“Har dit syn på klassisk musik ændret sig efter denne oplevelse?”* 12 af informanterne forklarer, at deres syn på klassisk musik ikke har ændret sig. I forlængelse af dette skriver eller hentyder ti ud af de 12 informanter til, at de *stadig* synes at klassisk musik er godt, eller at de stadig godt kan lide det.

Eksempelvis skriver Emil: *“Jeg synes, det er godt, som jeg altid har gjort.”* (Bilag 6: nr. 24, Emil). Emma skriver: *“Jeg finder det stadigvæk utroligt interessant og smukt! (...)”* (Bilag 6: nr. 16, Emma). Det kan derfor udledes, at koncerten enten yderligere har bekræftet informanterne positivt i deres forhold til klassisk musik, eller at koncerten ikke har gjort noget synderligt for deres forhold hertil.

Fem af informanterne skriver, at deres syn har ændret sig eller delvist ændret sig efter oplevelsen. Mikkel er den af informanterne, som italesætter den største ændring af sit syn på klassisk musik: *“Ja, det har ændret sig meget - i den positive retning. Kunne slet ikke lade være med at dagdrømme.”* (Bilag 6: nr. 7, Mikkel). Mikkel skrev før koncerten, at han normalt ikke lytter til klassisk musik, og musikken ikke betyder noget for ham. I forrige spørgsmål vedrørende hvad der gjorde størst indtryk på ham, positivt og/eller negativt, italesætter han, at det hele var positivt og nævner intet negativt. Det kan således konstateres, at koncerten i høj grad har ændret hans forhold til klassisk musik. Koncerten har også ændret Christines syn på klassisk musik: *“Jeg er nok mere tilbøjelig til at vælge klassiske koncerter nu, men ikke så meget, at jeg vil betale for det.”* (Bilag 6: nr. 15, Christine). Ifølge Christine er billetprisen altså en bremseklods for eventuel fremtidig deltagelse i klassiske koncerter. Anton italesætter ligeledes prisen som et problem for hans fremtidige deltagelse i klassiske koncertoplevelser. Han skriver, at han

ikke vil betale for at gå til klassiske koncerter men at han respekterer musikken. Dette tyder på, at han ligesom Christine, ville være mere tilbøjelig til at vælge at gå til klassisk koncert, men at prisen stopper ham fra at gøre det. Freja ændrede også i nogen grad sit syn på klassisk musik: *"Hmm, svært - Ja, måske en smule. Jeg kendte godt til klassisk musik, men jeg har aldrig prøvet at blive så rørt af musikken."* (Bilag 6: nr. 8, Freja) Freja skrev før koncerten (som tidligere pointeret), at klassisk musik ikke betyder noget for hende. Det kan derfor udledes, at der er sket en ændring i hendes syn på klassisk musik. Seks af informanterne italesætter, at deres syn på klassisk grad har ændret sig en smule eller på anden vis. Emil forklarer eksempelvis: *"Ikke som sådan i forhold til selve det musikalske, men jeg har fået en større respekt for musikere. Det var meget imponerende at se og høre, hvor perfekt de udførte arbejdet."* (Bilag 6: nr. 1, Emil). Her er altså ikke sket en ændring af Emils syn på klassisk musik, men på selve musikernes arbejde. Ida er den eneste af informanterne som hentyder til, at hendes syn på klassisk musik har ændret sig en smule i en mere negativ retning. Hun svarer: *"Nej, kan stadig godt lide musikken, men den keder mig lidt i længden."* (Bilag 6: nr. 10, Ida). I og med hun først italesætter, at hendes syn ikke har ændret sig, og i forlængelse af dette skriver; *"men det keder mig lidt i længden"* kan det tolkes som, at det alligevel har ændret sig i en negativ retning.

Helhedsoplevelsen:

Under den sidste kategori omkring helhedsoplevelsen, spørger vi ind til, om informanterne har bidt mærke i nogle bestemte opførelser til koncerten eller hos publikum, som de ikke oplever andre steder. 12 af informanterne nævner i denne sammenhæng klappe-mønstret som noget de har bemærket. Eksempelvis skriver Emma W: *"At man ikke klapper efter hvert nummer, det er meget seriøst."* (Bilag 6: nr. 19, Emma). Ida skriver også, at hun heller ikke forstod timingen af hvornår folk klappede. Hun kommer derefter med en formodning om, at klappe-mønstret kan sammenlignes med måden man klapper på i en kirke. Flere informanter nævner også, at tiden hvori der klappes, generelt er virkelig lang. Freja skriver eksempelvis: *"Der blev ikke klappet mellem numrene?? Til gengæld blev der klappet utrolig meget til sidst."* (Bilag 6: nr. 8, Freja).

Flere nævner også publikummet i forbindelse med helhedsoplevelsen. To af informanterne skriver, at publikummet er ældre, to andre skriver endvidere, at

publikummet virker seriøse mens én person italesætter, at publikummet virker snobbet. Oliver skriver i den forbindelse: *"Publikum var meget koncentreret og stille - alt deres fokus var på musikken."* (Bilag 6: nr. 25, Oliver). Kristian italesætter ligeledes, at publikummet virkede andægtige, hvilket på samme måde, kan sættes i forbindelse med koncentrationen og fokuset på publikum. Det bliver også italesat, at der var et tydeligt nærvær mellem musikerne og publikum. Anton forklarer, at han synes, at det er kedeligt blot at lytte, hvilket han opfatter som den generelle opførsel til en klassisk koncert. (Bilag 6: nr. 12, Anton)

Derudover bliver dirigenten også nævnt af informanterne. En af informanterne mener, at dirigenten styrer alt. En anden af informanterne italesætter dét faktum, at dirigenten til slut går ind og ud fra scenen mens der klappes. To af informanterne forbinder endvidere helhedsoplevelsen af koncerten med stilhed. Oskar skriver eksempelvis: *"Der er en nærmest uhyggelig stilhed mellem hver del af symfonierne."* (Bilag 6: nr. 13, Oskar). Dette må hænge sammen med, at publikummet ikke har klappet mellem symfonierne, og at der derfor har været stille mens orkesteret og dirigenten har klargjort sig til næste værk.

Det sidste spørgsmål lyder: *"Hvordan vil du beskrive helhedsoplevelsen af denne aften?"* Under dette spørgsmål udleder informanterne flere forskellige opfattelser, hvoraf langt de fleste er positive og aldeles kortfattede. Der er dog én bestemt beskrivelse som optræder flere gange: 14 af informanterne svarer, at helhedsoplevelsen var god, og derudover svarer tre personer, at det var en spændende aften. Generelt benytter informanterne flere forskellige adjektiver til at beskrive helhedsoplevelsen, som eksempelvis: *tankevækkende, enestående, mindeværdig, fantastisk og helt speciel*. Eksempelvis skriver Emil: *"Da det var første gang, var det en ret stor oplevelse. Det er noget jeg synes alle skal prøve."* (Bilag 6: nr. 1, Emil). Emil anbefaler således oplevelsen til andre, hvorfor det i høj grad må forstås, at han har haft en positiv oplevelse af koncerten. Informanterne benytter også jævnt positive beskrivelser som: *nydende, stemningsfuldt, anderledes, lærte meget samt: "Levede op til forventningerne."* Oliver skriver: *"Meget fin. Jeg har fået et større indblik i, hvordan klassisk musik er dannet. Jeg er glad for, at jeg deltog."* (Bilag 6: nr. 25, Oliver). Dette kan forstås som en jævn positiv udtalelse om koncertoplevelsen. Der har også været mere negative udtalelser om aftenen, men ingen af disse har stået alene uden en stærkere ladet positiv beskrivelse.

Tre af informanterne italesætter igen her billetprisen på klassiske koncerter, som et væsentligt problem. Dette siger dog ikke noget om helhedsoplevelsen af denne koncert, da informanterne blev inviteret og ikke selv skulle betale. Tre af informanterne skriver, at koncertoplevelsen generelt virkede langtrukken, men alle italesætter dog i forlængelse af dette, at oplevelsen alligevel havde været god og/eller spændende. Christine skriver: *“God, men jeg er træt nu, dels pga. tiden, men også af alle de indtryk.”* (Bilag 6: nr. 15, Christine).

Fællesinterviewet efter koncerten :

Under fællesinterviewet (Bilag 8: Lydfil) havde vi en længerevarende diskussion vedrørende årsager, som knytter sig til unges lave deltagerantal til klassiske koncerter, samt hvad der kan gøres for at ændre på dette.

Flere af informanterne italesatte igen længden på koncerterne og selve værkerne. Det blev gjort klart, at værkerne skal være kortere, hvis koncerten skal fortsætte med at være fængende. En af informanterne italesatte at en idé til at gøre koncerten mere fængende, kunne være at inddrage flere pauser og dermed variation i de klassiske koncertoplevelser. I forlængelse af dette, blev der snakket om, at der kunne foregå en gennemgang eller introduktion til musikken undervejs, som kunne fungere som pauser. En af informanterne fortalte: *“Jeg ved, at symfoniorkesteret har gjort dét før, at de præsenterer værkerne undervejs. De burde også her tage det mere ned til jorden og gøre det knap så fissefornemt (...).”* En anden af informanterne bekræftede dette og fortalte, at det er en god idé med indslag mellem værkerne. Han fortalte: *“Man kan selvfølgelig også bare læse programmet, men det kunne være fedt, hvis introduktionen også var en del af opførelsen.”*

Der blev under interviewet (Bilag 8: Lydfil) også diskuteret forholdet mellem det “etablerede” publikum og de unge. En informant fortalte, at: *“(red. det bliver meget) Dem og os. Dem, som forstår det der, og os som sidder sådan arghh og skal til at klappe (på det forkerte tidspunkt red.)”* Informanten mener, at klassiske koncerter kan virke eksklusive, og man kan let føle sig sat udenfor pga. resterende publikum. En anden af informanterne fortalte i forlængelse af dette, at seriøsiteten hos publikum under koncerten denne aften til tider virkede komisk. Han henviste i den forbindelse til koncertens afslutning, hvor der blev klappet samt til dét tidspunkt hvor dirigenten gik

ud og ind på scenen flere gange. Han fortalte også, at han var bange for at hoste under koncerten, sandsynligvis fordi han på denne måde ville skille sig ud fra det resterende publikum, rette negativ opmærksom imod sig selv, og/eller afbryde tavsheden/seriøsiteten. Han udtalte følgende: *“Det burde være lidt mere nede på jorden det hele.”* I forlængelse af dette fortalte en anden af informanterne, at der herskede en *“autentisk andægtighed”* i koncertsalen, hvilket han mener, kan skræmme unge fra at deltage i klassiske koncerter. Han fortalte: *“Når man kommer ind i salen, så kan man mærke at publikum tænker: nå, nu kommer der en ung fyr, gad vide om han kan opføre sig ordentligt.”* Han nævnte endvidere, at dette aspekt kan være medvirkende til, at nogle unge vælger at gøre grin med det klassiske koncertkoncept. Ud fra dette tænker vi, at der hentydes til, at nogle unge bevidst vælger at skabe en distance til det klassiske koncertkoncept, da de unge går i forsvarsposition ud fra den opfattelse, at de ikke passer ind i et allerede etableret musikalsk miljø.

En af informanterne fortalte, at hun før koncerten var inde på Musikkens Hus' Facebookside, fordi hun ville læse om koncerten. Hun kunne dog ikke finde koncerten. Hun fortalte i den sammenhæng at utilgængelighed kan være en af grundene til, at mange unge ikke kommer til klassiske koncerter, da der ikke bliver reklameret tilstrækkeligt med disse. Vi fortalte hende at Aalborg Symfoniorkester har deres egen Facebookside, hvor de reklamerer med deres koncerter, hvilket informanten ikke var klar over. Vi diskuterede i den forbindelse med informanterne om, at der kan sættes spørgsmålstejn ved, hvorfor samarbejdet mellem institutionen Musikkens Hus og Aalborg Symfoniorkester ikke er større. Et større reklamemæssigt samarbejde ville måske kunne bidrage til, at der inddrages et yngre og større publikum?

Vi spurgte herefter ind til, hvordan det visuelle ved den klassiske koncert fungerede for informanterne? I denne forbindelse blev den første del af koncerten nævnt, hvori solisten var del af. En af informanterne fortalte: *“Da pianisten var der til at starte med, og var rigtig inde i sit stof og gav den 100%, da var det lidt sjovere at se, end til den sidste del, hvor de alle sad for sig selv.”* En anden af informanterne pointerede, at pianisten udstrålede noget andet, end hvad hele orkesteret gjorde tilsammen. Der blev herefter briefet idéer omhandlende hvordan klassiske koncerter eventuelt kan gøres mere tillokkende for et yngre publikum, ved at fokusere mere på visuelle elementer. En af

informanter fortalte, at det kunne være en idé at sætte mere fokus på solisterne: *“Så man måske har et kamera over klaviaturet og viser det (på storskærm bagved scenen red.) Jeg vil i hvert fald helt vildt gerne se, hvad pianisten spiller, når det er pianisten der er i fokus.”*

En informant afbrød diskussionen med: *“Ikke for at skyde idéerne ned til jorden (...)”* hvorefter han fortalte, at han tror, det er en umulig opgave at inddrage unge til klassiske koncerter. Han italesatte kort at de unge *ikke* er målgruppen for klassisk musik. Han nævnte herefter hvorfor, på baggrund af et specifikt eksempel fra koncerten. Han fortalte, at han så en dame sidde og strikke, mens hun lyttede til musikken. Han mente, at netop dette kan være en af grundene til, at der ikke kommer; *“så mange som os”* til klassiske koncerter. Efter denne udtalelse virkede det til, at flere af informanterne var mere ærlige omkring, hvilke elementer ved koncerten de ikke brød sig om. Blandt andet fortalte en af informanterne, at koncerterne burde gøres mere “hippe”: *“Aalborg Symfoniorkester burde virkelig prøve noget mere, følge med det som er hipt lige nu uden at gøre det til pop, (...) de holder sig alt for meget til dét, der altid har været.”* Aalborg Symfoniorkester bliver altså kritiseret for deres traditionelle elementer i deres koncerter. En anden af informanterne virkede endvidere opgivende i forhold til arbejdet om, at inddrage flere unge til klassiske koncerter. For at forklare hans opgivende indstilling, satte de unges indstilling op i mod den ældre generations. Han fortæller, hvad han tror, at den ældre generation ville mene om en elektronisk koncert: *“Det kan man bare ikke, for de (red. de ældre) synes det er larm, og vi synes det her er kedeligt. Det er forskellige generationer og forskellige interesser. - Det er ikke nemt, slet ikke nemt.”* I forlængelse af dette, blev det af en anden informant italesat, at unges manglende interesse i klassisk musik, kan ligge til grund for følgende synspunkt: *“ungdommen vil have nyt hele tiden.”* Informanten fortæller i denne forbindelse, at han tror, at det ville gøre en forskel, hvis Aalborg Symfoniorkester i højere grad valgte at spille noget nyere klassisk musik.

Endvidere opstillede en informant en specifik idé til en koncert, hvor musikken og maling bruges samtidigt under et arrangement, som Aalborg Symfoniorkester kunne afholde. *“Hvis man tager folk fra de forskellige gymnasier (som skal male under koncerten red.) så kommer deres venner jo også og ser det, og lige pludselig kunne man præsentere en meget stor gruppe for klassisk musik.”*

7.3. Case 2: Aalborg Symfoniorkester “Sydeuropæiske stemninger”

Undersøgellesdesignet til case. 2 før koncerten:

Helle Lund Rosborg fremskaffede, ligelede den første undersøgelse, informanterne til vores anden case. Undersøgelsen foregik d. 22. marts 2018 til koncerten “Sydeuropæiske Stemninger” med Aalborg Symfoniorkester i Musikkens Hus. Informanterne var 18 elever fra Aalborg Katedralskole fra 1.- og 2.g. Alle informanterne havde en vis grad af kendskab til at spille musik. De havde enten valgt musik i deres studieretning eller på c-niveau. Vi mødtes med eleverne i hovedfoyeren i Musikkens Hus en time før koncertstart, hvorefter vi og informanterne fulgtes til en lounge afsides den offentlige del af Musikkens Hus. Her skulle de introduceres for hvad der skulle foregå og endvidere skulle vi starte undersøgelsen. De fordelte sig jævnt i loungeområdet. Da informanterne blev introduceret for undersøgelsens forløb, var de stille og virkede nervøse. Først og fremmest takkede vi informanterne for, at de ville medvirke i vores spørgeskemaer og interviews. Vi valgte bevidst ikke at gå i dybden med specialets overordnede formål samt de formodninger der kunne forventes at udledes fra undersøgelsen. Det gjorde vi ikke, da vi ønsker at modtage så troværdige og impulsive svar som muligt. Vi uddelte spørgeskemaerne til informanterne, som de skulle besvare individuelt. Herefter interviewede vi informanterne samlet. Slutteligt gjorde vi dem opmærksomme på, at den samme procedure ville finde sted, når koncerten var slut, hvorefter vi fulgte informanterne tilbage til foyeren i Musikkens Hus.

7.3.1. Spørgeskemaer og interview før koncerten:

Hvem er vores informanter?

De 18 elever bestod af seks drenge og 12 piger, hvoraf alle drengene, mens kun otte af pigerne, spiller på ét eller flere instrumenter eller synger. Under spørgsmålet: *“Hvilke(n) musikgenre(r), er du normalt vant til at lytte til?”* svarer alle informanterne, at de normalt lytter til mere end én musikgenre. 15 informanter skriver, at popmusik er en af deres foretrukne musikgenre, 10 informanter nævner rock musik, mens jazz- og rap-musik hver nævnes fem gange. Derudover udtaler nogle enkelte af informanterne, at de lytter til indie, disco/80'er-musik, singer/songwriter-musik, country, elektronisk musik og R&B. Fire af informanterne, Mia, Sidsel, Oliver og Lucas, lytter til klassisk musik. Tre ud af disse fire informanter beskæftiger sig dagligt med klassisk musik. Oliver spiller klassisk guitar, Lucas spiller klassisk klaver mens Sidsel spiller klaver og synger i et

klassisk kor. Der kan derfor ses en tendens vedrørende, at disse informanternes klassiske musiklytning hænger sammen med, at de selv udøver genren til daglig eller i fritiden.

Det næste spørgsmål lyder *"Hvor ofte går du til koncert?"* Otte informanter svarer, at de går til koncert én gang hvert halve år, tre informanter svarer, at de går til koncert én gang om året, fem svarer: *næsten aldrig* mens én person svarer: *aldrig*. Informanternes koncertvaner er vigtige at tage i betragtning i undersøgelsen af hvad der ligger til grund for deres lave deltagelse til klassiske koncerter.

Informanternes tidligere oplevelser med klassisk musik

Alle informanterne skriver, at de har oplevet klassisk musik før. Otte svarer, at de har oplevet klassisk musik på tv og/eller i radioen. Derudover svarer 11 af informanterne at de tidligere har oplevet Aalborg Symfoniorkester i Musikkens Hus, mens nogle enkelte af informanterne svarer, at de har været til klassiske koncerter i henholdsvis Symfonien, Gigantium, Nordkraft samt Operaen i København. I interviewet før koncerten (Bilag 10: Lydfil) gætter informanterne på, at Aalborg Symfoniorkester spiller enten 7, 2, 4 eller 20 gange om måneden, mens en af informanterne ikke var klar over, hvad et landsorkester er. Otte af informanterne svarer, at de er blevet præsenteret for klassisk musik eller har været til klassiske koncerter i forbindelse med skolen. Derudover svarer én af informanterne, at hun lytter til klassisk musik, når hun skriver stile i skolen. Fem af informanterne skriver, at de selv har, eller har haft, erfaring med at spille og/eller synge klassisk musik. Tre af disse informanter forklarer, at de er blevet præsenteret for klassisk musik gennem familie.

Ti af informanterne beskriver deres tidligere koncertoplevelser med klassisk musik som positive. I denne forbindelse benytter de bl.a. følgende adjektiver til beskrivelsen: fint, fængende, super nice, spændende, specielt, fascinerende, beroligende, godt, smukt og hyggeligt. Nikoline beskriver sine tidligere oplevelser med klassisk musik på følgende måde: *"Jeg kommer til at tænke meget - bliver følsom. Får flashbacks og ideer/drømme. Man mærker det tydeligt."* (Bilag 7: nr. 1, Nikoline). Ud fra Nikolines beskrivelse er det tydeligt, at hun forbinder klassisk musik med positive oplevelser, og at musikken er i stand til at fremkalde nogle erindringer og minder hos hende. Malika karakteriserer endvidere klassisk musik som: *"spændende og specielt"*, hvorefter hun begrundet dette med opbygningen af klassiske værker, som hun mener adskiller sig fra alt andet musik. (Bilag 7: nr. 5, Malika). Sidsel lægger også vægt på den musikalske

opbygning inden for klassisk musik, mens hun også påpeger, at harmonierne er smukke (Bilag 7: nr. 16, Sidsel). Acemine beskriver sine tidligere oplevelser med klassisk musik på følgende måde: *“Klassisk musik giver mig en helt speciel følelse indeni > fornemt, ekstraordinært musik > kunst.”* (Bilag 7: nr. 11, Acemine). Acemine giver herved udtryk for, at hendes tidligere oplevelser med klassisk musik i høj grad har påvirket hende positivt, da hun definerer musikken som kunst. Vi kan ud fra informanternes besvarelser tolke, at på trods af dét faktum, at flere af informanterne ikke har et kendskab til, eller interesse for, klassisk musik, er flertallet alligevel positivt indstillet over for musikken. I Annes svar lægger hun vægt på Symfoniorkestrets udførelse af musikken: *“Jeg synes, det er vildt at så mange mennesker, der er dygtige til at spille på deres instrument også kan spille så harmonisk sammen (...).”* (Bilag 7: nr. 17, Anne). Ifølge Anne spiller musikernes tilstedeværelse en væsentlig rolle i hendes oplevelse af klassiske koncerter. Fem af informanterne beskriver deres tidligere oplevelse af klassisk musik som kedelig og/eller langtrukket. Asser begrundet sin overvejende negative beskrivelse af en koncert i Operaen i København på følgende måde: *“(...) lidt kedeligt, idet at der ikke hele tiden var en klar rytme ligesom i rock eller andet musik jeg lytter til.”* (Bilag 7: nr. 7, Asser). Olivers besvarelse lyder: *“Synes det var rimelig langtrukket og kedeligt. Måske grundet at man bare sidder ned og hører det.”* (Bilag 7: nr. 8, Oliver). Vi kan ud fra dette tolke, at det for Oliver ikke er tilstrækkeligt “kun” at lytte til en koncert, der skal gerne ske noget mere. Vi spørger derudover ind til, hvorvidt informanterne har nogle i deres omgangskreds eller familie som lytter til klassisk musik eller går til klassiske koncerter. Hertil svarer 11 af informanterne: *ja*, mens de resterende syv svarer: *nej*.

Informanternes forhold til klassisk musik

For at få en større kendskab til informanternes forhold og kendskab til klassisk musik stiller vi spørgsmålet: *“hvad forbinder du med klassisk musik?”* Til dette spørgsmål svarer fire af informanterne, at de generelt mener, at klassisk musik kan bidrage til at frembringe mange forskellige følelser. Derudover identificerer enkelte af informanterne klassisk musik med filmmusik fra Harry Potter og Star Wars. En enkelt nævner Aalborg Symfoniorkester, mens to personer forbinder klassisk musik med en af verdens mest anerkendte klassiske komponister, Wolfgang Amadeus Mozart. Ud fra dette kan det udledes, at informanternes faglige viden om klassisk musik virker begrænset. Ikke desto

mindre, kunne der forventes at komme flere dybdegående besvarelser, hvis vi i stedet havde spurgt ind til, hvad de forbinder med popmusikken, da de i højere grad er dagligt disponeret og i nærkontakt med dette. Flere af informanterne forbinder klassisk musik med noget positivt. Informanterne nævner i denne forbindelse, at musikken kan være afslappende, hjælper på koncentrationen under lektie-løsning, vækker gode minder frem, fortæller en historie, er harmonisk, imponerende, flydende, drømmende og håbefuldt. Tre af informanterne lægger vægt på deres egen erfaring med udøvelse af klassisk musik. Derudover forbinder enkelte af informanterne musikken med strygere og mange instrumenter, mens nogle informanter relaterer musikken til opera eller ballet. En gennemgående besvarelse hos seks af informanterne er, at de relaterer klassisk musik til *“noget gammeldags”, “gamle mennesker”* eller *“ældre mennesker i fint tøj”*. I fællesinterviewet (Bilag 10: Lydfil) nævner flere af informanterne også, at det typiske publikum ved klassiske koncerter er ældre, sofistikerede mennesker. En af informanterne karakteriserer publikummet på følgende måde: *“Gamle ægtepar hvor manden har jakkesæt på og damen har kjole på.”* Dernæst tilføjer en af informanterne, at publikummet består af folk der generelt er kulturelt interesseret, hvor en anden fortæller, at hun forbinder publikummet med *“nogle der er oppe i de højere samfundsklasser. - Den højere middelklasse, da det er en stereotype, og man lægger mere mærke til det inden for den klasse.”* I spørgeskemaet relaterer tre af informanterne ligeledes klassisk musik til fine selskaber og/eller fint tøj. Sidsel skriver derudover, at andre unge, synes klassisk musik er kikset. (Bilag 7: nr. 16, Sidsel). Under fællesinterviewet (Bilag 10: Lydfil) spurgte vi eleverne ind til følgende: *“Hvorfor tænker I, at jeres personlighed ikke kunne passe ind?”* Hertil svarer informanterne, at stemningen ved klassiske koncerter er for fin og rolig, at man ikke kan have det sjovt til koncerterne, at det kræver tålmodighed samt at det kan være dyrt at gå til klassiske koncerter.

Det næste spørgsmål i spørgeskemaet lyder: *“Betyder klassisk musik noget for dig?”* Otte af informanterne svarer, at klassisk musik ikke fylder noget i deres liv, eller at musikken er kedelig. Nikoline påpeger, at den klassiskes musiks kontekst er central i hendes forhold til, samt forståelse af, heraf. (Bilag 7: nr. 1, Nickoline). Der kan spores en tendens hos svarene fra de informanter, som beskriver deres forhold til musikken på en positiv måde, da disse generelt sætter beskrivelse af musikken i forhold til en bestemt kontekst. Dette kan eksempelvis være familiære minder der dukker op, erfaringer med

udøvelse af klassisk musik, i film, m.m. For Jonas spiller klassisk musik en rolle, da han kan slappe af til musikken med sin far (Bilag 7: nr. 3, Jonas). Mia beskriver også, hvordan hendes forældre er "fan" af klassisk musik, og derudover forbinder hun også musikken med, at hun har gået til ballet (Bilag 7: nr. 4, Mia). Nadia beskriver sit forhold til klassisk musik på følgende måde: *"Jeg har så mange gode oplevelser/minder med både at høre og spille det (har spillet siden jeg var 10 år), så det har været en del af mit liv i mange år."* (Bilag 7: nr. 6, Nadia). Lucas besvarer spørgsmålet således: *"Betyder ALT! Fordi jeg elsker klassisk musik, specielt klassisk klaver og klassisk guitar."* (Bilag 7: nr. 13, Lucas). Ud fra svarene er det tydeligt, at den klassiske musik har gjort et indtryk hos informanterne, når de har oplevet musikken sammen med deres individuelle netværk som eksempelvis familie, venner, fritidsaktiviteter m.m. Emil og Thea påpeger, at de også værdsætter klassisk musik samt musikernes udførelse af musikken. (Bilag 7: nr. 14, Emil og nr. 15, Thea).

I fællesinterviewet (Bilag 10: Lydfil) inden koncerten spurgte vi informanterne ind til, hvilke forskelle de syntes der er på populærmusikalske koncerter og klassiske koncerter. En af informanterne udtaler følgende omkring dette spørgsmål: *"Klassiske koncerter handler mere om præsentation, og at det skal være flot og perfekt, og det har det der guddommelige noget, hvor popmusik er mere humoristisk, og er noget man har det sjovt til."* (Bilag 10: Lydfil) En anden af informanterne tilføjer: *"Popmusik er mere til fester, fordi man til klassiske koncerter ofte sidder ned og fokuserer meget på dem der spiller, hvor man til pop- og rockkoncerter står op og der sker lidt mere."* (Bilag 10: Lydfil). En anden informant nævner, at der kan synges og danses med til popmusik, hvilket flere af informanterne er enige i. Det kan herved udledes, at et væsentligt aspekt for informanterne er, at de udtrykker deres forhold til musik gennem bevægelse. En af informanterne forklarer i samme forbindelse, at man til klassiske koncerter i højere grad end til popkoncerter fokuserer på, hvad der bliver spillet. Ud fra disse besvarelser virker det til, at informanterne i højere grad lægger vægt på forskelle i stemningen, og adfærden hos publikummet, til populærmusikalske og klassiske koncerter, end de egentlige musikalske forskelle. En af informanterne udtaler: *"dét der er nyt er spændende."* (Bilag 10: Lydfil). Herved gøres det klart, at personen ikke forbinder klassisk musik med noget nyt, på trods af det faktum at han muligvis ikke kender til alle klassiske værker eller stilarter inden for den klassiske musik. For denne informant må det i stedet være værkets eller komponistens tidsmæssige dimension der er afgørende

for, hvorvidt han har lyst til at lytte til dette. En af informanterne nævner, at en afgørende faktor for unges lyttepræferencer er, at det netop er popmusik som primært bliver spillet i radioen.

Endvidere lægger flere af informanterne vægt på, at kontakten mellem kunstneren og publikum er bestemmende i forhold til stemningen ved generelle koncertoplevelser. Hertil er der enighed blandt informanterne om, at forholdet mellem kunstneren og publikum i høj grad er adskilte dimensioner ved klassiske koncerter, hvorimod denne kontakt prioriteres højere ved populærmusikalske koncerter. En af informanterne udtaler: *“forskellen på en intim popkoncert hvor man sidder ned og lytter og en klassisk koncert er, at der er mere kontakt mellem musikeren og publikum.”* (Bilag 10: Lydfil). Dette citat viser, at det for informanterne ikke kun handler om, hvorvidt de kan bevæge til musikken, idet de også lyster at gå til intime pop-koncerter, men at kontakten med musikerne er væsentlig for, at distancen mellem publikum og kunstneren.

Ud fra informanternes individuelle besvarelser i både spørgeskemaerne og i interviewene tydeliggøres det, at de forbinder populærmusikalske koncerter med noget sjovt og livligt, mens de i stedet forbinder klassiske koncerter med noget mere formelt og stille. Derudover lægges der vægt på kontakten mellem musikerne og publikum.

Forventninger til koncerten:

Under fællesinterviewet (Bilag 10: Lydfil) spørger vi informanterne ind til, hvilke forventninger de har til koncerten de skal høre. En af informanterne udtrykker, at hun er nervøs for, at oplevelsen vil føles for lang, samt at denne kræver, at hun skal koncentrere sig i længere tid. Derudover påpeger nogle af de andre informanter, at de ser frem til koncertoplevelsen. En person siger, at hun tror stemningen bliver rar, samt at dette vil virke som et beroligende pusterum for hende. Herefter udtaler en anden informant, at hun ser frem til at fokusere på den smukke musik, mens en anden informant påpeger, at hun muligvis vil føle sig mættet efter sådanne følelsesmæssige påvirkninger. En af informanterne er enig i denne beskrivelse, da hun karakteriserer en sådan koncertoplevelse som: *“en følelsesmæssig rutsjebane”*. Hun tilføjer derudover følgende om sine forventninger til koncerten: *“(…) man sidder og slapper af og skal ikke forholde sig til noget andet. Så kommer der egentlig bare tanker, fordi man lytter til nogle instrumenter der spiller.”* (Bilag 10: Lydfil)

Ud fra ovenstående udtalelser har informanterne flere forskellige forventninger til koncerten, både positive og negative. Det er dog interessant, at flere informanter, på trods af det faktum at flere foretrækker koncerter, hvor man skal danse eller på anden vis bevæge sig til, alligevel glæder sig til at "slappe af" og opleve et "pusterum" til en klassisk koncert.

Om koncerten, medvirkende og program fra Musikkens Hus' hjemmeside:

"Oplev spansk og italiensk stemning med Verdis Skæbnens Magt og med violinist Alissa Margulis, der spiller værker af Camille Saint-Saëns og Maurice Ravel. Vi slutter med Mendelssohns 4. symfoni – en række smukke klangbilleder inspireret af et solbeskinnet Italien." (Musikkens Hus, b)

Medvirkende:

Dirigent: Hans Graf

Solist: Alissa Margulis, *violin*

Aalborg Symfoniorkester

Program:

Verdi: Ouverture til Skæbnens magt

Saint-Saëns: Introduktion og rondo capriccioso, op. 28

Ravel: Tzigane

Mendelssohn: Symfoni nr. 4 – Den italienske

(Musikkens Hus, b)

Undersøgelsesdesignet til case. 2 efter koncerten:

Efter koncerten fulgte vi igen informanterne op til det afsides loungeområde i Musikkens Hus, hvor vi med det samme uddelte spørgeskemaerne og derefter lavede et fællesinterview med informanterne (Bilag 11: Lydfil). Informanterne virkede nu mindre generte, men også en smule trætte, da koncerten var afsluttet. Dette betød, at det ikke var alle informanter der bød ind med svar til fællesinterviewet, men i stedet nogle enkelte.

7.3.2. Spørgeskemaer og interview efter koncerten

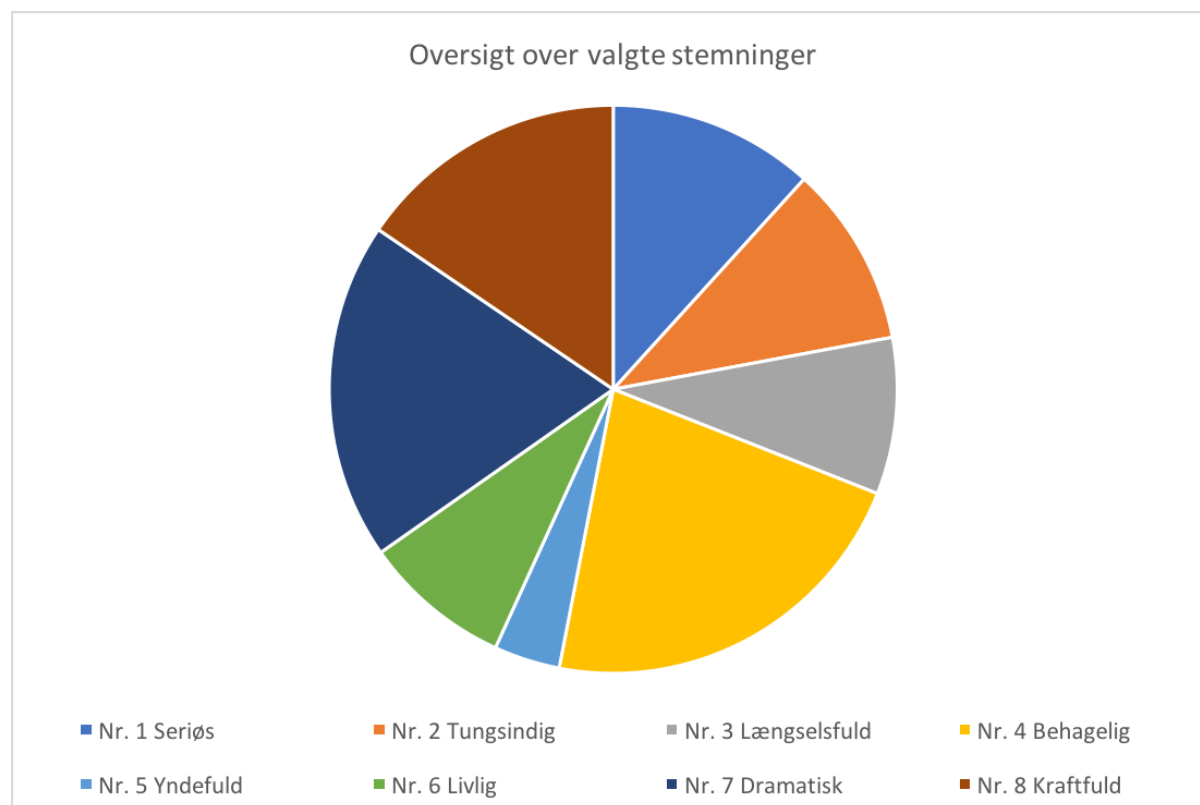
Informanternes oplevelse af koncerten:

Det første spørgsmål i spørgeskemaet omhandler deres oplevelse af koncerten. Alle informanterne, på nær én, beskriver deres oplevelse som positiv. De adjektiver der især benyttes til beskrivelsen af koncerten er: god, smuk, spændende, interessant, følsomt/fuld af følelser, energisk, harmonisk, sofistikeret, fascinerende, lærerig, anderledes og motiverende. Mia beskriver sin oplevelse på følgende måde: *“Jeg var totalt vild med det! Det er som om, man bliver transporteret til en helt anden verden.”* (Bilag 7: nr. 4, Mia). Flere af informanterne beskriver musikernes præstation, hvor der blandt andet benyttes adjektiver som: indlevende, personlig og i forhold til solistens præsentation: spændende og god. Frederikke skriver: *“Det er utroligt, at man kan få så mange instrumenter samlet og lave dem til en enhed. Man mærker meget sig selv og sine følelser.”* (Bilag 7: nr. 10, Frederikke). Ud fra Frederikkes beskrivelse er det tydeligt, at især musikernes tilstedeværelse gjorde, at koncerten betød noget for hende.

Fem af informanterne påpeger, at de ikke følte der skete nok under koncertoplevelsen, og/eller at de synes det var kedeligt. Oliver beskriver sin oplevelse af koncerten som langtrukken, og begrundet dette med, at der ikke var nok “action” involveret, og at han foretrækker at synge eller danse, når han er til koncert (Bilag 7: nr. 8, Oliver). Sidsel synes, at den første del af koncerten var kedelig, mens hun derimod skriver at den anden del af koncerten var *“SYGT spændende.”* (Bilag 7: nr. 16, Sidsel). Hun tror selv, at hendes begejstring for anden del, i forhold til første del, kan begrundes med dét faktum, at informanterne skiftede siddepladser mellem første og andet akt. (Bilag 7: nr. 16, Sidsel). Under anden del af koncerten sad informanterne tættere placeret ved scenen, og derfor kunne de observere symfoniorkesteret på tættere hold. Dermed kan en mulig årsag til Sidsels udtalelse være, at hun fik en anden visuel oplevelse af sidste del af koncerten. I interviewet efter koncerten (Bilag 11: Lydfil) spørger vi informanterne ind til, hvilket indtryk de har af Musikkens Hus og koncertsalen. Hertil svarer en af informanterne, at hun synes, at musikken lød næsten ens i de forskellige lokationer i rummet, mens en person kom til at tænke på, hvor mange mennesker der har været med til at bygge Musikkens Hus m.m. (Bilag 11: Lydfil). Ud fra disse udtalelser virker det til, at informanterne er positivt stemt over for de fysiske rammer, hvori koncerten fandt sted.

I spørgeskemaet virker Sara imponeret af koncertoplevelsen, men skriver dog følgende om violinsoloen: *“Dog var (specielt violinsoloen) lidt langt i spyttet, og jeg sad nogle gange med et ønske om, at der ville ske noget mere.”* (Bilag 7: nr. 18, Sara). I fællesinterviewet efter koncerten (Bilag 11: Lydfil) spørger vi informanterne ind til, hvorvidt oplevelsen levede op til deres forventninger. Flere af informanterne svarer hertil, at de synes, det var underligt samt overraskende, at der kom mange klapsalver fra det resterende publikum, og at nogle af musikerne gik ud og ind på scenen flere gange i træk. Derudover påpegede én af informanterne, at koncerten mindede meget om en teaterforestilling (Bilag 11: Lydfil). I forlængelse af denne samtale spurgte vi informanterne ind til, hvorvidt der var noget, som de undrede sig over ved koncertoplevelsen. Hertil udtalte en af eleverne, at hun undrede sig over, at der kom et ekstranummer, hvilket ikke var en del af koncertprogrammet. En anden påpeger, at dirigenten kun gav hånd til enkelte fra symfoniorkesteret og ikke til dem allesammen (Bilag 11: Lydfil).

I spørgeskemaet spurgte vi informanterne ind til, hvilke følelser de sad med under koncertoplevelsen. Hertil benyttede de stemningshjulet (Bilag 3: Stemningshjulet)



Figur 7. Oversigt over valgte stemninger

I diagrammet ovenfor, kan det ses, hvilke stemningskategorier fra Stemningshjulet, informanterne har oplevet mest under koncerten. Gruppe 4., som vi har valgt at kalde "behagelig", da denne nævnes af flest informanter, er dén stemnings kategori, der var mest populær blandt informanterne til beskrivelse af de stemninger de følte, under koncerten.

Efterfølgende spørger vi informanterne ind til, om de kunne lide musikken? Hertil svarer 14 af informanterne, at de godt kunne lide musikken. Informanterne Sara og Anne svarer hverken ja eller nej til dette spørgsmål. Sara skriver følgende: *"Det var meget flot og inspirerende, men også kedeligt i længden,"* (Bilag 7: nr. 18, Sara) mens Anne synes, at det meste af koncerten var god, men at den første del lød ensformig. (Bilag 7: nr. 17, Anne). To af informanterne, Andreas og Oliver, skriver, at de ikke var særligt begejstrede ved musikken. Andreas skriver følgende: *"Er ikke lige min stil. Men personligt kan jeg godt lide det, hvis det fx. er i en teaterforestilling."* (Bilag 7: nr. 2, Andreas), mens Oliver skriver: *"Nej, følte der skete for lidt og der var for stort splid mellem publikum og orkesteret."* (Bilag 7: nr. 8, Oliver).

For at få en større forståelse for, hvad informanterne synes var positivt og negativt ved oplevelsen, stiller vi spørgsmålet: *"Hvad gjorde størst indtryk på dig rent positivt og negativt?"* Fem af informanterne skriver ikke noget negativt om oplevelsen, mens én informant ikke skriver noget positivt. I nedenstående figur er informanternes beskrivelser fremhævet. Hertil angiver tallene, hvor mange gange beskrivelserne optræder:

Positivt	Negativt
Helhedsoplevelsen	Længden på koncerten
Lyset i koncertsalen	Lange klapsalver
2. del af koncerten	1. del af koncerten
Høj lydstyrke fra symfoniorkestret (2)	Stilhed i koncertsalen
Solisten (3)	Lang solo/solisten (4)
Professionalisme/indlevelse hos symfoniorkesteret (5)	Musikken generelt

Musikken generelt (6)	Manglede kendte værker/musikken blev ensformigt
	Dirigenten/maestroen gik ud og ind flere gange
	Føler sig malplaceret som koncertgæst

Anne skriver, at oplevelsen blev langtrukken for hende, da solisten spillede (Bilag 7: nr. 17, Anne), mens Asser synes det var kedeligt, at maestroen skulle gå ind og ud af koncertsalen flere gange (Bilag 7: nr. 7, Asser). Mia skriver, at hun følte sig malplaceret som koncertgæst (Bilag 7: nr. 4, Mia), mens Frederikke skriver følgende; *“Lange klapsalver hvor dirigenten gik ud og ind - mest fordi jeg ikke forstod hvorfor.”* (Bilag 7: nr. 10, Frederikke). Af positive beskrivelser ved oplevelsen skriver informanterne blandt andet: de musikalske bevægelser, symfoniorkestrets udførelse af værkerne, lyset i koncertsalen og intensiteten og indlevelsen i musikken. To af informanterne nævner specifikt harpen, hvortil dennes rolle i værkerne skabte et positivt indtryk hos dem, mens tre af informanterne fremhæver solisten på en positiv måde. Lucas, der selv spiller klassisk musik, skriver følgende om sin positive oplevelse ved koncerten: *“Tzigane lød meget dejligt, og minder lidt om noget Liszt jeg spiller.”* (Bilag 7: nr. 13, Lucas). I denne kommentar tydeliggøres det, at Lucas har baggrundsviden inden for den klassiske musik.

Ud fra ovenstående skema kan det ses, at informanterne i høj grad lægger mærke til symfoniorkestrets udførelse af værkerne, som flere af informanterne italesætter som positivt. Derudover nævner en af informanterne genkendeligheden i musikken som en positiv iagttagelse.

Har noget ændret sig?

Under spørgsmålet: *“Har noget ændret sig?”* spurgte vi informanterne ind til, hvorvidt deres syn på klassisk musik havde ændret sig efter koncertoplevelsen. Hertil svarer 15 af informanterne, at deres syn på klassisk musik ikke har ændret sig. Jonas besvarer spørgsmålet således: *“Jeg har altid fundet det godt. Men klart mere nu.”* (Bilag 7: nr. 3, Jonas). To af informanterne skriver, at oplevelsen var god, men at de dog alligevel ikke har lyst til at tage til en klassisk koncert igen. Sara begrundet dette på følgende vis: *“Jeg har nok fået et bedre indblik i hvad det var, men jeg ville ikke tage frivilligt ind og se*

sådan en koncert igen." (Bilag 7: nr. 18, Sara). Malika skriver følgende: *"Kunne godt lide det før også, men det bliver nok aldrig noget, jeg vil tage til regelmæssigt, da jeg ikke har råd og lyster til at dyrke det som en hobby."* (Bilag 7: nr. 5, Malika). Helenas syn på klassisk musik har ændret sig, da hun ikke synes, at det blev så kedeligt, som hun havde forventet (Bilag 7: nr. 9, Helena). Sigrid skriver, at oplevelsen ikke har ændret hendes opfattelse af klassisk musik generelt, men at hun godt kunne lide den stemning som sangerne skabte (Bilag 7: nr. 12, Sigrid). Emil skriver følgende om sit syn på klassisk musik efter oplevelsen: *"Jeg har ikke et meget anderledes syn på selve klassisk musik. Men jeg blev mere klar over, hvor god en klassisk koncert kan være."* (Bilag 7: nr. 14, Emil). Vi kan ud fra informanternes synspunkter udlede, at de generelt ikke er blevet tilstrækkeligt positivt stemt over for koncertoplevelsen til, at deres syn på klassisk musik har ændret sig.

I fællesinterviewet efter koncerten (Bilag 11: Lydfil) spørger vi igen informanterne ind til, hvorvidt deres syn på klassisk musik har ændret sig. I interviewet fremlægger informanterne flere forskellige argumenter for og imod at tage til en klassisk koncert igen. Nogle synes, at musikken blev for ensformig, mens en person synes, at det var en fascinerende oplevelse. Hun mener, at musikken bidrager som et beroligende element. Hun vil dog ikke gøre det regelmæssigt, da hun mener, at det specielle ved oplevelsen herved vil forsvinde. En af informanterne er blevet positivt overrasket af oplevelsen. Han siger, at koncertoplevelsen var mere interaktiv, end han havde regnet med. I samme forbindelse svarer en af informanterne, at hun gerne vil gentage oplevelsen, hvis hun oplever koncerten sammen med en gruppe: *"Altså hvis man tager ud sammen og oplever det, vil det være sjovt nok."* (Bilag 11: Lydfil). Dette er flere af informanterne enige i, og det må derfor i diskussionsafsnittet overvejes, hvorvidt det sociale aspekt har en betydning for, at unge deltager i klassiske koncerter.

Helhedsoplevelsen

Vi spørger herefter i spørgeskemaet informanterne ind til deres helhedsoplevelse af koncerten. Det første spørgsmål vi stiller informanterne er, om der er nogle bestemte mønstre eller opførsler som de har lagt mærke til, der finder sted under koncerten eller hos publikum, hvilket de eventuelt ikke oplever til andre koncerter? Besvarelser hertil kan inddeles i bestemte kategorier, da flere af informanterne lægger vægt på de samme emner.

Den første kategori kan betegnes som "klassiske traditioner" Syv af informanterne har eksempelvis observeret, at der klappes på bestemte tidspunkter under koncerten. Nikoline skriver følgende: *"Man klapper af flere omgange - mærkeligt. Og man klapper midt i stykkerne."* (Bilag 7: nr. 1, Nickoline), Malika skriver: *"(...) fuldstændigt stille under hele opførelsen, udelukkende afbrudt af klapsalver. Jeg kan ikke så godt lide det, er bange for at klappe på det forkerte tidspunkt, få et hosteanfald, ikke være klædt ordentligt på osv. Jeg kan godt lide det udefra, men ikke at være en del af det (...)".* (Bilag 7: nr. 5, Malika). Lucas beskriver sin oplevelse således: *"Jeg kan godt synes, at klapsalven er lidt langtrukken, men musikerne fortjener det jo."* (Bilag 7: nr. 13, Lucas), mens Thea skriver: *"Der er lange klapsalver! Igen og igen...ved ekstranumre bliver der ikke råbt efter det, men klappet."* Bilag 7: nr. 15, Thea). Derudover er der også nogle enkelte af informanterne som har lagt mærke, til at publikum rejser sig til slut under koncerten, at dirigenten ikke introducerede de forskellige værker samt at dirigenten giver hånd til enkelte fra orkesteret. Vi kan ud fra disse kommentarer og observationer udlede, at informanterne i nogen grad følte sig fremmedgjorte på baggrund af de forskellige koder, der fandt sted under koncerten.

Den næste kategori kan betegnes som "stille, og respektfuld stemning samt adfærd hos publikum". Otte af informanterne benytter adjektivet "stille" under spørgsmålet om specielle opførsler under koncerten, fire personer skriver "respektfuld" og enkelte nævner "rolig" og "seriøst" om koncertoplevelsen. Helena skriver følgende: *"Alle i publikum er helt rolige. Nogle sad og talte takter. Musikken blev nydt og lyttet til på en helt anden måde."* (Bilag 7: nr. 9, Helena). Emils skriver: *"Meget mere stille og fintfølelse adfærd blandt publikum - minder meget om adfærden i et museum. Giver en mere respektfuld stemning."* (Bilag 7: nr. 14, Emil). Nadia oplever i højere grad den såkaldte formelle stemning, som positiv, da hun skriver: *"Jeg synes, at det er fint, for det giver en form for anden stemning, end fx. ved pop-koncerter."* (Bilag 7: nr. 6, Nadia).

Et anden observation der går igen hos fem af informanterne er gennemsnitsalderen for det resterende publikum ved koncerten, samt deres formelle påklædning. Derfor kan der udarbejdes en kategori, som kan kaldes: "publikums alder og påklædning". Asser er opmærksom på den hovedsagelige aldersgruppe hos koncertgæsterne. Han skriver dog, at det ikke generede ham (Bilag 7: nr. 7, Asser). Malika beskriver, hvordan den mere formelle påklædning bidrager til, at hun ikke har

lyst til at være en del af publikummet, da hun bliver nervøs for, at hun ikke har opfyldt "tøj-kriteriet". (Bilag 7: nr. 5, Malika).

Til sidst i spørgeskemaet stiller vi informanterne spørgsmålet: "hvordan vil du beskrive helhedsoplevelsen af denne aften?" Til dette spørgsmål svarer 15 af informanterne, at deres helhedsindtryk af koncerten var positivt, mens tre af informanterne beskriver oplevelsen på en negativ måde. Acemine beskriver sin oplevelse af koncerten på følgende måde: *"Smuk, rørende, fascinerende, livlig, glad, fyldt med kunst. Det er en oplevelse for sjælen, det var meget majestætisk"*, (Bilag 7: nr. 11, Acemine) mens især Mia virker meget positivt stemt over for oplevelsen, da hun skriver: *"FUCKING FANTASTISK!"* (Bilag 7: nr. 4, Mia). Olivers indtryk af koncerten var dog mere negativt præget, idet han skriver: *"Synes det var meget langtrukket og kedeligt, men må dog sige, at det var nogle dygtige artister, der spillede. Bare ikke noget for mig."* (Bilag 7: nr. 8, Oliver). Ifølge Saras beskrivelse af koncerten virker oplevelsen til at have gjort indtryk på hende, men dog ikke i tilstrækkelig grad til, at hun vil gentage oplevelsen. Hun skriver følgende: *"Jeg synes, at det var spændende og lærerigt, men også kedeligt og noget jeg nok ikke vil gøre igen."* (Bilag 7: nr. 18, Sara).

Informanternes egne forslag

Afslutningsvis spørger vi i fællesinterviewet (Bilag 11: Lydfil) ind til, hvorvidt informanterne har nogle forslag til, hvad Aalborg Symfoniorkester kan gøre for at tiltrække flere publikummer inden for informanternes aldersgruppe. Nogle informanterne foreslår et allerede etableret koncept i Musikkens Hus, hvor der vises en film i koncertsalen hvorimens symfoniorkestret spiller filmmusikken dertil. Derudover er der forslag om at inddrage flere unge musikere til klassiske koncerter. Dette kan virke som en måde hvorpå, at det er lettere for informanterne at identificere sig med musikerne. Derudover foreslår informanterne, at gymnasier kunne invitere elever ud og opleve en klassisk koncert med Aalborg Symfoniorkester samt at Symfoniorkesteret burde få deres egen Instagram-side.

7.4. Delkonklusion

De ovenstående analyser af informanternes forhold til, samt oplevelse af, klassisk vil i dette afsnit kort blive sammenfattet, hvortil der heri også vil indgå en sammenligning af begge analyser. Dette vil gøres ud fra en vurdering af, hvilke elementer informanterne især lægger vægt på, hvortil dette vil blive inddelt i de følgende underafsnit.

Forforståelse af klassisk musik:

I begge spørgeskemaundersøgelser fandt vi frem til, at informanternes forkundskab til klassisk musik er et vigtigt aspekt i forhold til deres tilgang til og interesse for klassiske koncertoplevelser. I den første del af analysen til "Rafael Payare vol 1." fandt vi frem til, at kun én informant ud af 26 af informanterne lytter til klassisk musik. I anden del af analysen: 7.3. "Sydeuropæiske stemninger" var tendensen omkring musiklytning den samme, da kun fire informanter ud af 18 lytter til klassisk musik. I begge analyser kunne det spores, at flertallet af informanterne fremhæver pop- og rockmusik, som deres foretrukne musikpræferencer. I begge analyser kan der spores en tendens omkring, at de informanter der selv spiller klassisk musik i fritiden også vælger at lytte til denne musikgenre. I anden del af analysen fandt vi frem til, at flertallet af informanterne har familie som også lytter eller går til klassiske koncerter.

I første del af analysen er det tydeligt, at informanterne enten har ingen, eller kun i begrænset omfang, viden har om klassisk musik. Flere af informanterne påpeger, at de ikke har modtaget undervisning i klassisk musik i skolen, mens én person dog har en smule musikfaglig viden til klassisk musik via musikundervisning i gymnasiet. Den teoretiske viden om klassisk musik beskrives dog som "dræbende", hvilket tydeligt understreger, at informanten ikke er interesseret i dette. I anden del af analysen fremstilles det også, at informanternes baggrundsviden om klassisk musik er begrænset, da blandt andet en af informanterne ikke vidste, hvad et landsorkester er, mens flere ikke var klar over, hvor mange gange symfoniorkestret spiller om måneden.

Ud fra første del af analysen fandt vi ud af, at alle informanterne på nær én tidligere har oplevet klassisk musik, mens det i anden del af analysen tydeliggøres, at alle fra denne gruppe havde oplevet klassisk musik før. Heraf svarer flere, at oplevelsen foregik i en koncertsal, mens mange også har oplevet det gennem medier som i radioen, på tv, i film m.m. I første del af analysen påpeger en af informanterne, at det kan være svært at lytte til klassisk musik gennem streamingtjenester, da det kræver en hel del

faglig information inden for musikgenren for at vide, hvad man skal søge på. Vi kan ud fra begge analyser udlede, at informanternes tidligere oplevelser med klassisk musik har været nogenlunde positive, mens flere dog også beskriver oplevelserne som langtrukne, kedelige og utilgængelige.

Associationer til klassisk musik:

I både første og anden del af analysen blev det tydeliggjort, at flere af informanterne forbinder klassisk musik med nogle positive relationer, tanker, oplevelser m.fl., mens flere af informanterne i anden del af spørgeskemaet lagde vægt på funktionen af klassisk musik som et middel til at opnå fordybelse og koncentrationen, eksempelvis i forbindelse med lektielæsning. Dertil var der også nogle som forbandt den klassiske musik med andre kunstformer som ballet og malerier. Derudover mener flere i første del af spørgeskemaet, at musikken kan karakteriseres som *kompliceret*, mens seks personer i anden del af analysen forbinder klassisk musik med rige, ældre mennesker. En af informanterne mener, at det typiske publikum til disse koncerter består af den øvre middelklasse, da det inden for denne samfundsklasse vægtes, at man går til sådanne kulturelle aktiviteter. Dette støttes også op af nogle af informanterne i anden del af analysen, da disse associerer musikken med noget mere formelt.

Forhold til klassisk musik:

Vi fandt i begge analyser ud af, at klassisk musik ikke spiller en væsentlig rolle for flertallet af informanterne. Hertil påpeger informanterne i første del af analysen blandt andet, at musikken er for kompliceret sammenlignet med eksempelvis popmusik, og at det ikke er populært at lytte til blandt unge generelt. I begge analyser fandt vi frem til, at et væsentligt element for informanternes oplevelse af koncerter er, at musikken og stemningen bidrager til dans eller bevægelse på anden måde. Dog påpeger én af informanterne, at en mere rolig koncertstemning kan bidrage til at skabe et pusterum i hverdagen. I anden del af analysen lægges der desuden vægt på, at kontakten mellem musikerne og publikummet er væsentligt for at skabe en interesse og at man som publikum føler sig godt tilpas.

Oplevelse af koncerten:

Generelt bærer begge analyser præg af, at informanternes oplevelser af begge koncerter var rimelig positiv. Hertil lægger informanterne især vægt på musikernes udførelse af musikken. Eksempelvis skriver Michelle om symfoniorkestrets udførelse af koncerten "Rafael Payare vol. 1"; *"De var som arbejderbier, afhængige af hinanden. FANTASTISK!"*, mens Frederikke skriver til koncerten "Sydeuropæiske stemninger"; *"Det er utroligt, at man kan få så mange instrumenter samlet og lave dem til en enhed."* Dog påpeger flere af informanterne også flere negative elementer ved koncerterne, hvortil flere af disse går igen i besvarelsene af begge koncerter. Hertil optræder især adjektiverne *langtrukket*, *kedeligt* og *ensformigt* om koncertens længde opbygning generelt.

I analysen valgte vi at strukturere informanternes positive og negative synspunkter i et skema til henholdsvis "Rafael Payare vol. 1" og "Sydeuropæiske stemninger". På trods af det faktum af koncerterne er forskellige, og dermed også naturligt vil frembringe forskellige følelser m.m., nævner begge informantgrupper dog nogle enkelte af de samme iagttagelser, eksempelvis at symfoniorkesteret er professionelt, talentfulde m.m. Af negative iagttagelser har begge grupper pointeret, at længden på de enkelte værker og/eller koncerten generelt var for lang. Derudover nævner de nogle bestemte koder, især de lange klapsalver, hvilket er et karakteristisk element ved klassiske koncerter. Vi fandt dog hertil også ud af, at der ikke kan spores et overordnet mønster i informanternes besvarelser, da de generelt nævner flere forskellige, enten positive og/eller negative elementer, ved begge koncerter.

Ændring i opfattelsen:

Ud fra begge analyser tydeliggøres det, at begge informant-gruppers opfattelser af klassisk musik ikke har ændret sig væsentligt. Nogle enkelte er stadig tilhængere af klassisk musik, mens flere skriver at de syntes det var godt, men at de ikke vil gentage denne oplevelse. Til koncerten "Rafael Payare vol. 1" påpeger fem af informanterne dog, at deres syn på klassisk musik har ændret sig, hvoraf kun én af informanterne udtaler, at oplevelsen ændrede sig til noget mere negativt for hende. Især Mikkels besvarelse er central at fremhæve, da han forinden koncerten svarede, at han ikke lytter til klassisk musik. Han syntes alligevel at denne koncertoplevelse var positiv, da han kunne dagdrømme til musikken. Til koncerten "Sydeuropæiske stemninger" påpeger en af

informanterne i fællesinterviewet (Bilag 8: Lydfil), da koncerten havde en beroligende effekt på hende.

Helhedsoplevelsen:

I forhold til helhedsoplevelsen af koncerten i første del af analysen påpeger 12 af informanterne klapsalverne fra det resterende publikum, hvilke optræder flere gange i træk. I den anden del af analysen har vi valgt at opdele informanternes helhedsoplevelse i forskellige underkategorier. I den første kategori, "klassiske traditioner" indgår disse klapsalver også, som et element informanterne undres over.

Hertil nævner flere personer, at de oplevede koncerten og atmosfæren i koncertsalen som stille, hvilket er interessant idet oplevelsen netop omhandler musik. Vi har derfor valgt at betegne denne kategori som; "stille, og respektfuld stemning samt adfærd hos publikum". Denne stilhed pointeres også i anden del af analysen, da blandt andet Oskar skriver; *"Der er en nærmest uhyggelig stilhed mellem hver del af symfonierne."*

Dernæst kan kategorien "publikums alder og påklædning" fremhæves, hvilket i begge analyser fremhæves som et element der eventuelt kan virke uvant og fremmedgørende for informanterne, da de karakteriserer disse som ældre, rige mennesker.

Vi kan ud fra informanternes besvarelser udlede, at flertallet generelt var positivt stemt over for koncerten, men at de dog også påpegede nogle elementer som undrede dem, samt elementer der havde en negativ indflydelse på deres samlede syn på klassiske koncerter.

Fejlkilder:

Vi har gennem hele analysen været opmærksom på eventuelle fejlkilder. Hertil skal det især nævnes, at en fejlkilde er, at vi har ændret samt tilføjet nogle spørgsmål til spørgeskemaerne der benyttes i anden del af analysen. Vi har dog løbende kommenteret på dette gennem analysen og i metodeafsnittet, hvorfor vi i diskussionen er opmærksomme på, at resultatet af vores undersøgelse kan blive påvirket af dette. I første del af analysen skal vi blandt andet være opmærksomme på en fejlkilde om, at vi ikke spørger ind til, hvorvidt informanternes familie interesserer sig for klassisk musik.

På trods af dette svarer to af informanterne, at de forbinder klassisk musik med deres familie.

Derudover kan vi i behandlingen af spørgsmålene se, at nogle af formuleringerne i spørgsmålene kan virke for overvældende eller uoverskuelige at besvare, hvilket muligvis er tilfældet med spørgsmålet; *“betyder klassisk musik noget for dig?”*

Forslag til publikumsudvikling:

I begge analyser kom informanterne med deres bud på, hvad der kunne arbejdes med i forhold til publikumsudvikling med henblik på at inddrage unge til klassiske koncerter. Nogle nævner hertil, at mere variation ville være hensigtsmæssigt, flere pauser, bedre reklamation på Facebook samt en Instagram-side for Aalborg Symfoniorkester, mere instruktion til klassisk musik i skolen samt at der indgår et bestemt tema til koncerter hvilket unge kan forholde sig til. Disse forslag vil vi derfor tænke ind i diskussionsafsnittet, da disse giver et tydeligt præg om, hvad de unge tænker om klassiske koncerter samt deres præferencer i forhold til disse.

7.5. Vurdering af empiri og metode

Formålet med fokusgruppeinterviewet var at supplere dén viden, der udsprang af spørgeskemaerne, samt til at inddrage nye perspektiver på problemstillinger, der ikke fremgik af spørgeskemaerne. Interviewet foregik, i højere grad end forventet, som semistruktureret. Det gjorde dét, da vi i valgte at opfølge på de synspunkter, som informanterne italesatte. Derfor fungerede interviewet i højere grad som en samtale mellem os og informanterne. Særligt i case 1. ledte samtalen op til interessante forestillinger vedrørende tiltag inden for publikumsudvikling, målrettet informanternes aldersgruppe. Det skal dog siges, at en vigtig fejlkilde ved interviewet har været, at vi ikke kendte informanternes navne på forhånd, og derfor ikke vidste hvem der udtalte hvad i interviewet. Vi har derfor ikke kunne holde de enkelte informanternes svar fra interviewet op imod deres egne meninger i spørgeskemaet.

Det er vigtigt at tage højde for, at næsten alle informanterne spiller musik i nogen grad. Det kan i denne forbindelse forestilles, at gruppen oplever klassisk musik anderledes end unge, der ikke spiller musik eller interesserer sig herfor. Vi dækker på den måde kun et begrænset felt, som på mange måder kan karakteriseres som potentielle

forbrugere til klassisk musik (jf. afsnittet: 2.3 Publikum). Det er endvidere vigtigt at tage i betragtning, at informanternes besvarelser i vores undersøgelse med stor sandsynlighed er påvirket af deres bevidsthed om, at de deltager i en undersøgelse. Der er eksempelvis en mulighed for, at informanterne har været mere opmærksomme og kritiske omkring omgivelserne. Derfor er reliabiliteten af deres helhedsoplevelse af koncerterne ikke fuldstændig brugbare i forsøget på, at forstå aldersgruppens oplevelse af, at være til en klassisk koncert. Ikke desto mindre giver det et klart og umiddelbart indblik i deres oplevelse af helhedsoplevelsen.

Derudover er det også vigtigt at nævne, at informanternes syn på klassisk musik, uanset deres fremførelser af argumenter om opfattelse af musikken, ikke kan konstatere noget endeligt om deres egentlige forhold til klassisk musik. Klassisk musik er et vidt begreb, som forstås forskelligt afhængigt af hvem man er. Informanterne kan eksempelvis primært forstå klassisk musik som barokmusik, kammermusik eller som den musik Aalborg Symfoniorkester spiller. Informanterne er ikke klar over specialets valgte måde at anskue klassisk musik, (jf. afsnittet: 2.2. Klassisk musik.) I dette speciale forstås klassisk musik, som den musik et symfoniorkester spiller. Informanternes tilkendegivelser siger noget om deres forforståelse vedrørende klassisk musik, hvilket kan risikere at fungere som en barriere for, at gruppen eksempelvis ikke vælger at gå til klassiske koncerter. Derfor vil vi i diskussionen bl.a. anskue målgruppens forforståelse som en barriere for deres deltagelse i klassisk musik. Det er desuden vigtigt at rette en kritik mod, at informanterne henholdsvis kun præsenteres for én koncert med Aalborg Symfoniorkester. Dette er misledende i forhold til at kunne udlede noget i vores undersøgelse, vedrørende unges syn på klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester. Det ville i stedet have været mere udbytterigt at foretage undersøgelserne med de samme informanter til flere forskellige klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester. Samtidigt havde det været lettere i analysen at sammenligne resultaterne fra informanternes besvarelser, samt undersøge hvordan informanterne oplever specifikke forskelle på koncerterne.

8. Diskussion

I vores analyse blev det tydeliggjort, at flertallet af de 15 til 19-årige ikke lytter til klassisk musik. Ud fra denne viden vil vi indledningsvis diskutere, på hvilken måde vores analyse kan anskues i forhold til Bourdieus teori om det sociologiske struktur-/aktørperspektiv. Som nævnt i teoriafsnittet skal de unge forstås som aktører, der er en del af de strukturer, der eksisterer i samfundet. De unge er således både skabte og skabere af deres omverden. I denne forbindelse er det væsentligt at diskutere informanternes habitus, da Bourdieu anvender habitus som et sammenbindende kernebegreb for struktur-/aktørperspektivet. Bourdieu mener bl.a., at habitus kan bidrage til at forklare den enkelte aktørs placering i samfundet, livsstil og præferencer: *"Habitus er det generative og samlede princip, som omsætter en social positions relationelle karakteristika til en samlet livsstil."* (Andersen og Kaspersen, 2007, s. 365). Vi vil også inddrage Lars Ole Bondes teoretiske perspektiver om lyttemåder og -præferencer (jf. afsnittet: 6.4 Lyttemåder og præferencer) da teorierne kan benyttes til at opnå forståelse for informanternes til- og fravalg af klassisk musik. I analysen fandt vi ud af, hvilke centrale elementer informanterne lagde vægt på omkring klassiske koncertoplevelser. Som nævnt i teoriafsnittet mener Nobuko Kawashima (jf. afsnittet: 4.2 Publikumsudvikling ifølge Nobuko Kawashima), at arbejdet med publikumsudvikling netop omhandler, at forstå de forskellige parametre der kan ligge til grund for, at nogle fravælger bestemte kulturelle aktiviteter. Med udgangspunkt i Kawashimas arbejde vil vi i det følgende afsnit inddrage de væsentligste barrierer for informanternes manglende deltagelse i klassiske koncerter.

8.1. Forforståelsen som en barriere

I dette afsnit vil vi fokusere på informanternes forforståelse af klassiske koncerter, og diskutere hvorvidt forforståelsen kan anses som en barriere for publikumsudvikling inden for målgruppen, 15 til 19-årige. Som det fremgår i delkonklusionen til analyserne, mener flere af informanterne forinden koncertoplevelsen, at klassisk musik kan: karakteriseres som kompliceret/avanceret, at stemningen under koncerten var formel, samt at der ikke var andre publikummer inden for informanternes aldersgruppe til

koncerten. Vi vil først diskutere, hvad der kan ligge til grund for, at de unge definerer den klassiske musik som kompliceret.

En af informanterne mente, at klassisk musik, sammenlignet med popmusik, er kompliceret at lytte til. I fællesinterviewet efter koncerten i case 2 nævnte en af informanterne, at han tror, at grunden til at popmusik generelt ligger inden for mange unges foretrukne musikgenrer er grundet, at popmusik er den dominerende musikgenre, der spilles i radioen i dag (jf. Analyse case 2: "Informanternes forhold til klassisk musik"). En anden af informanterne pointerede, at det kan være svært at lytte til klassisk musik via streamingtjenester. Han mente, at dét at lytte via streamingtjenester kræver baggrundsviden om navnet på en bestemt komponist og/eller titlen på et bestemt værk.

I analysen til case 1 beskrev en af informanterne, hvordan undervisning i musikteori vedrørende klassisk musik virkede "dræbende" for ham. Derudover nævnte en anden af informanterne, at popmusik er lettere at "gå til" sammenlignet med klassisk musik. Ud fra delkonklusionen til analysen fandt vi frem til en tendens vedrørende, at de informanter som lytter til klassisk musik også selv spiller klassisk musik. Eksempelvis nævnte to informanter i analysen af case 1, at de både lytter til og spiller klassisk musik i fritiden. Det samme gør sig gældende i analysen af case 2 hos fire af informanterne. I denne sammenhæng kan vi anvende Bourdieus teori om habitus. Som nævnt i teoriafsnittet skal habitus i højere grad opfattes som et begrebsapparat end som en alenestående teori (jf. afsnittet: 5.2 habitus). I en diskussion om informanternes habitus vil vi derfor tilføje Bourdieus begreber kapital og felt. Bourdieu betegner habitus på følgende måde:

"Den praktiske verden, der dannes i relationen med habitus'en forstået som et system af kognitive og motiverende strukturer, er en verden bestående af allerede eksisterende endemål, brugsvejledninger og instruktioner og af genstande, (...), det vil sige redskaber eller institutioner". (jf. afsnittet: 5.2 Habitus).

Ud fra denne teori er det således ikke tilfældigt, at flere af informanterne synes, at klassisk musik er kompliceret. Informanternes anskuelse af klassisk musik kan i stedet ligge til grund for nogle allerede etablerede strukturer i samfundet. Habitus er især

bestemt ud fra aktørens historie. Vores kendskab til informanternes ophav er begrænset. Vi ved dog, at de alle er mellem 15 til 19 år, og at de er i gang med en gymnasial uddannelse i 1.- 2.- eller 3.g. Vi valgte i begyndelsen af undersøgelsen at fokusere på informanternes alder, og vi spurgte ikke yderligere ind til deres baggrundshistorie. For at undersøge informanternes habitus nærmere vil vi derfor i stedet drage viden fra teori om ungdomsbegrebet. I forbindelse med habitusbegrebet vil vi tilføje Bourdieus kapitalbegreb.

En aktørs kapital kan betegnes som de eksistentielle betingelser, som aktøren er underlagt (jf. afsnittet: 5.4 Kapitaler). Med andre ord er kapital de økonomiske, kulturelle og sociale ressourcer som aktøren har til rådighed. Disse ressourcer er med til at placere aktørens position og livsstil i det sociale rum. I forhold til vores undersøgelse af unges forhold til klassisk musik vil vi forholde os kritik over for Bourdieus skematiske opstilling af aktørgruppers positioner i det sociale rum. Det vil vi, da Bourdieu har udarbejdet denne model ved at tage udgangspunkt i aktørgrupper på arbejdsmarkedet, og således ikke aktører under uddannelse, hvilket er tilfældet hos vores informanter. Som det blev nævnt i teoriafsnittet er det for vores speciale især væsentligt at fokusere på den kulturelle, sociale og symbolske kapital. Vi vælger ikke at fokusere på den økonomiske kapital, da vi ikke kender til denne kapitalform hos informanterne. Vi vil indledningsvis inddrage den kulturelle kapitalform.

Den kulturelle kapital kan også defineres som en såkaldt "dannelseskapital". Bourdieu mener, at kapitalformen indeholder kendskab til forskellige vidensområder og kulturelle aktiviteter. Heri indgår også viden om klassisk musik. Underkategorierne til den kulturelle kapital består af: den kropsliggjorte, den objektiviserede og den institutionaliserede kapitalform (jf. afsnittet: 5.4.1. Den kulturelle kapital). Bourdieu betegner den kropsliggjorte kapitalform således:

"Et menneskes habitus grundlægges gennem de vaner som det tilegner sig i familien og skolen og fungerer senere som et sejlivet og ofte ubevidst handlingsmønster. Habitus kan betragtes som legemliggjort kapital." (Broady, 1998, s. 415)

Ud fra citatet kan informanternes forforståelse af klassisk musik som "kompliceret" og "svært tilgængeligt" ligge til grund for, at de ikke præsenteres for klassisk musik via deres netværk, eksempelvis via familie eller uddannelse. Som tidligere nævnt i diskussionsafsnittet synes en af informanterne, at undervisning i klassisk musik kan virke dræbende. Flere af informanterne nævnte, at de ikke har fået undervisning i klassisk musik i skolen, på gymnasiet m.v. I analysen af case 2. svarede 11 ud af i alt 18 af informanterne, at de har nogen i deres omgangskreds eller familie som lytter til klassisk musik eller går til klassiske koncerter. Vi spurgte dog ikke informanterne yderligere ind til, i hvilket omfang deres netværk lytter til klassisk musik. Vi kan derfor ikke undersøge hvorvidt dette er en tendens der spiller ind på deres forhold til klassisk musik. Vi vil desuden understrege, at en fejlkilde i analysen af case 1. er, at vi ikke spurgte informanterne her ind til samme spørgsmål.

Bourdieu mener, at den kropsliggjorte kapitalform kun kan erhverves gennem livserfaringer. Livserfaringer stiger i takt med alder. En af grundene til at informanterne mente at klassisk musik kan opfattes som kompliceret kan således være, at de ikke endnu har gjort sig tilstrækkeligt mange livserfaringer inden for dette kulturelle område. For at diskutere betydningen af informanternes kapitalmængde nærmere, vil vi derfor supplere denne diskussion med teori omkring ungdomsbegrebet. Under kapitel 6. om ungdommen fremlagde vi forskellige perspektiver omkring, hvordan begrebet kan anskues.

Ungdom kan forstås som puberteten, teenagealderen, en juridisk bestemt alder fra det femtende til attende år, mens det i firma- og kultursammenhænge ofte defineres ud fra et økonomisk og administrativt perspektiv, eksempelvis ved at sælge koncertbilletter til unge "under 26 år". Rørdam Larsen fremlægger, at ungdom overordnet består af individer under uddannelse, hvilket også er tilfældet med informanterne i denne undersøgelse. Bourdieu mener, at ungdom både kan bestå af unge under uddannelse samt unge der allerede er ude på arbejdsmarkedet. Vi vil her rette en kritik mod dele af Rørdam Larsen og Bourdieus opdelinger af ungdommen. Vi mener, at ungdommen kan udvides til yderligere dimensioner som eksempelvis: "unge under uddannelse med fritidsjob", "unge der holder et eller flere sabbatår", "unge på understøttelse/dagpenge/kontanthjælp m.v. Desuden er uddannelser forskelligt struktureret, indeholder forskellige kriterier m.m., som Bourdieu ikke lægger vægt på. Rørdam Larsen fremlægger et yderligere perspektiv til ungdomsbegrebet. Hun skriver,

at fænomenet udover den aldersmæssige afgrænsning også kan betegnes som individets *sociale position* i tilværelsen. Ifølge Bourdieus kan der ikke sættes en bestemt aldersmarkør på forståelsen af ungdommen. Han fremlægger, at ungdom i højere grad handler om et behov der eksisterer hos aktøren om at passe ind i en social kontekst eller gruppe. Med udgangspunkt i denne diskussion vil vi tillægge os Rørdam Larsens og Bourdieus beskrivelser af ungdommen som et socialt konstrueret begreb. I forhold til diskussionen om den kropsliggjorte kapitalform kan det udledes, at informanterne har forskellige livserfaringer alt efter hvor de befinder sig i livet. På baggrund af forståelsen af klassisk musik som et socialt fænomen, skal informanternes alder ikke ansues som den vigtigste dimension i forhold til deres musikpræferencer og forforståelse af klassisk musik. Det handler i højere grad om, på hvilken måde informanterne har haft adgang til den kulturelle kapitalform, hvori den klassiske musik indgår.

Den objektiviserede kapital kan betegnes som de muligheder en aktør har for at skabe kulturel kapital, eksempelvis ved at købe sig til musikundervisning og lære at spille på et instrument. De informanter der har modtaget undervisning i klassisk musik har skaffet sig objektiviseret kapital ved, at de ejer et instrument (økonomisk kapital), mens de også har viden om eksempelvis noder, selve instrumentet, instrumentets historie m.m. (symbolsk kapital). Bourdieu betegner den symbolske kapitalform som aktørens kamp om anerkendelse i samfundet. Viden om klassisk musik vil bidrage til at skabe en større mængde af kulturel kapital hos aktøren. Således vil aktøren inden for et felt, vedrørende klassisk musik, opnå en højere position inden for det sociale rum, i forhold til aktører der ikke har kendskab til klassisk musik. Ifølge Bourdieu kan den objektiviserede kapitalform ansues som et form for "våben" inden for et givent felt. (jf. afsnittet: 5.4.1. Den kulturelle kapital). I analysen af case 2 nævnte Lucas, at han spiller klassisk klaver i sin fritid. Han beskrev den klassiske koncertoplevelse på følgende måde: "*Tzigane lød meget dejligt, og minder lidt om noget Liszt jeg spiller.*" Det fremgår i citatet, at Lucas anvender sin kulturelle kapital som et "våben", da han bruger sin faglige viden til at beskrive musikken. Det kan antages, at Lucas har en såkaldt *musikalsk habitus*.

Vi kan gennem denne del af diskussion udlede, at de 15 til 19-åriges forforståelse ikke er aldersbestemt, men i højere grad er præget af, hvilken kulturel kapital gruppen har til rådighed.

8.2. Adgangen til klassisk musik som en barriere

Ud fra informanternes forforståelse af klassisk musik som kompliceret og vanskelig at "gå til", kan det diskuteres, hvorvidt musikgenren kræver en større indsats hos lytterne, eller om forforståelsen i stedet er socialt konstruerede spilleregler. Til denne diskussion vil vi anskue feltet for den klassiske musik, og i denne forbindelse inddrage Bourdieus begreber om doxa og illusio.

Ifølge Bourdieu kan klassisk musik betegnes som en "finkulturel aktivitet". Feltet for den klassiske musik kan således siges at indeholde finkulturelle elementer, som det eksisterende publikum til klassiske koncerter kan siges at indgå i. Det kan diskuteres, hvorvidt det for informanterne kan det være svært at indgå i et finkulturelt felt. Ifølge Bourdieu hersker der inden for ethvert felt en eller flere bestemte doxa. Doxa kan defineres som indskrevne adfærdsregler om eksempelvis ret og uret, normalt og ikke-normalt m.m. (jf. afsnittet 5.5 Felter). Det eksisterende publikum til klassiske koncerter må overholde bestemte doxa, samt være opmærksomme på, at eventuelle nye medlemmer af feltet også overholder doxa. Ifølge Bourdieu vil feltets medlemmer værne om deres egen rolle i feltet, hvilket kan sikre dem deres mængde af kapital inden for feltet. Bourdieus begreb illusio dækker over, at medlemmerne af feltet tager feltet alvorligt. I delkonklusionen til analysen fremgår det, at informanterne lagde mærke til bestemte former for adfærd og handlinger hos det eksisterende publikum under begge koncerter. Vi vælger at forstå disse adfærds- og handlemønstre som bestemte doxa, der som oftest finder sted under klassiske koncerter. I interviewet med Helle Lund Rosborg, fremlægger hun de gængse normer, som finder sted under en klassisk koncert. Hun siger:

"Der er de her regler med, at når dirigenten og solist går ind på scenen, så klapper man. Når man er færdig med et værk, så klapper man, men man klapper ikke mellem satserne. Man står altid op og klapper til sidst eller når der bliver klappet. Jeg tror aldrig, at jeg har været med til en koncert, hvor der ikke er blevet stået op af begejstring til sidst. Der bliver (red. derudover) altid givet blomster. Det er sådan de formelle regler. Og så er man enormt stille. Og hvis der er nogen der ikke er stille, så får man måske også dét at vide." (Nordtorp & Østergård, 2018)

På samme måde som Rosborg Larsen, pointerede nogle af informanterne udvalgte normer hos klassisk koncert. De fleste af informanterne iagttog dog normerne, som en negativ faktor for helhedsoplevelsen. De nævnte bl.a. at dirigenten gik ud og ind på scenen flere gange, at dirigenten gav hånd til enkelte medlemmer fra symfoniorkestret, at der generelt var stille i koncertsalen, at der ikke måtte klappes mellem de enkelte værker, samt at de klapsalver der fandt sted ved slutningen af første og andet akt af koncerterne varede i lang tid. Eksempelvis pointerer informanten, Mia, i analysen af case 2, at hun følte sig malplaceret som koncertgæst. Frederikke skriver: *“Lange klapsalver hvor dirigenten gik ud og ind - mest fordi jeg ikke forstod hvorfor.”* Om helhedsoplevelsen i case 2 skriver Malika følgende:

“(...) fuldstændigt stille under hele opførelsen, udelukkende afbrudt af klapsalver. Jeg kan ikke så godt lide det, er bange for at klappe på det forkerte tidspunkt, få et hosteanfald, ikke være klædt ordentligt på osv. Jeg kan godt lide det udefra, men ikke at være en del af det (...)”.

Det fremgår af informanternes udtalelser, at doxa var en fremmed, negativ, faktor i helhedsoplevelsen af de klassiske koncerter. I case 2 skriver Lucas, der selv spiller klassisk klaver, følgende: *“Jeg kan godt synes, at klapsalven er lidt langtrukken, men musikerne fortjener det jo.”* Det kan antages, at grunden til at Lucas ikke er lige så negativt præget af klapsalverne er, at han er bedre orienteret inden for feltet vedrørende klassisk musik. Han beskriver dog stadig klapsalverne som “lidt langtrukne”.

Ifølge Bourdieus teori om *illusio* og *doxa* ønsker de eksisterende koncertgæster ikke at ændre i feltet, og dermed i de *doxa*, der indgår i klassiske koncerter. *Doxa* gør det besværligt for et nyt publikum at træde ind i et felt for klassisk musik, da publikummet ikke kender til *doxa*. Vi kan ud fra denne diskussion udlede, at det for informanterne kan være svært at indgå i et finkulturelt miljø, da der hos denne gruppe, eksisterer fremmede koder m.m.

Doxa er i ovenstående forbindelser med til at opbygge et skel mellem et nyt og et eksisterende publikum. Det generelle, eksisterende publikum til klassiske koncerter har i kraft af deres højere alder, flere livserfaringer (en større mængde af kropsliggjort

kapital) end informanterne. Det kan derfor diskuteres, hvorvidt doxa samtidig er med til at bekræfte aldersforskellen mellem det eksisterende publikum og informanterne?

Bourdieu beskriver, hvordan forholdet mellem ungdom og alderdom kan betegnes som varige konflikter. Konflikterne er nødvendige, da begge parter er afhængige af hinanden for at kunne positioneres i samfundet. Konflikterne er socialt konstruerede, og de er ofte forbundet med forskelle i de generationer, hvorfra grupperne stammer.

Rørdam Larsen påpeger, at musik er et væsentligt kulturelt område, hvori unge har behov for at udtrykke deres præferencer. Informanterne kan således have et behov for at positionere deres egen rolle i det sociale rum og tydeliggøre, at de indgår i gruppen "de unge" over for "de ældre". Bourdieu påpeger, at smag er en afsmag fra andre menneskers smag (jf. afsnittet: 5.4. Kapitaler). Ifølge både Rørdam Larsen og Bourdieu kan informanternes musiksmag udtrykke de værdier, der ligger inden for deres generation, samt at de befinder sig inden for en bestemt aldersmæssig periode i livet. I analysen fandt vi bl.a. frem til, at alle informanterne nævnte pop- og/eller rockmusik, som deres foretrukne musikgenrer, mens størstedelen holder afstand til klassisk musik. Flere af informanterne associerede den klassiske musik med deres bedsteforældre eller generelt ældre mennesker.

Inden for de forskellige generationer eksisterer der ifølge Bourdieu forskellige spilleregler, normer, værdier m.m. En af informanterne i fællesinterviewet til case 1 udtalte, at det er en umulig opgave at inddrage flere unge til klassiske koncerter: *"Det er forskellige generationer og forskellige interesser. - Det er ikke nemt, slet ikke nemt."* Ifølge Bourdieu opstår smag hos aktøren som en afsmag ud fra andre aktørers smag. Derudover bygger Bourdieus teori vedrørende kulturel kapital på følgende: *"Indeed, the lower classes often self-exclude themselves from the game of high culture precisely because it feels alien to them."* (Prior, 2013, s. 183). Altså kan det udledes, at informantens habitus er underlagt, samt en medskab af, nogle strukturer i samfundet, som placerer hans smag ud fra et modsætningsforhold mellem de unge og de ældre.

Vi kan ud fra denne del af diskussionen udlede, at adgangen til klassisk musik ikke er lige for alle, da informanterne ikke kender til de forskellige doxa, der indgår i klassiske koncerter. Derudover eksisterer der nogle underliggende konflikter mellem de yngre og

ældre publikummer som bevirker, at adgangen til klassiske koncerter for det unge publikum yderligere besværliggøres heraf.

8.3. Lyttemåder- og præferencer

I analysen fandt vi frem til, at der kunne spores en sammenhæng mellem informanternes lyttemåder og deres præferencer. Bondes teori om lyttemåder- og præferencer kan i denne sammenhæng anvendes til at diskutere, hvorvidt der kan arbejdes med lyttemåder inden for publikumsudvikling.

Flere af informanternes lyttepræferencer lægger sig op ad Bondes teori om den såkaldte *affektivt-intuitive lyttemåde* eller *kropslytning* (jf. afsnittet: 6.4. Lyttemåder og præferencer). Den affektivt-intuitive lyttemåde hører ind under det fysiologiske niveau i Ruuds teoretiske niveau-forståelsesmodel. Det fysiologiske niveau omhandler, hvilken effekt musikken har på kroppen og sindet. Eksempelvis beskrev Frederikke, i analysen af case 2, sin oplevelse af koncerten på følgende måde: *“Det er utroligt, at man kan få så mange instrumenter samlet og lave dem til en enhed. Man mærker meget sig selv og sine følelser.”* Musikterapeut og violonist Helen Bonny mener, at den affektivt-intuitive lyttemåde kan bidrage til at skabe en større forståelse for musikken. En større forståelse kunne eventuelt bidrage til at skabe en mere positiv forforståelse af klassisk musik hos informanterne. Ifølge Bourdieu indeholder den klassiske musik noget mere roligt og særpræget end mere let tilgængelige musikgenrer (jf. afsnittet: 5.6. Bourdieus anskuelse af klassisk musik). Den klassiske musik kræver dog også noget mere af lytterne, for at forstå denne musikgenres egenskaber til fulde. Ifølge Bourdieu er lytterne kun i stand til at opnå et fuldt udbytte af klassisk musik, hvis de får tid til at koncentrere sig om musikgenren. Bourdieu mener, at den fulde oplevelse af klassisk musik bidrager til at skabe ro i sindet hos den enkelte aktør. I denne forbindelse beskriver en af informanterne i analysen af case 2, hvordan oplevelsen af klassisk musik føltes som et pusterum fra hverdagen.

Den affektivt-intuitive lyttemåde står i tæt forbindelse til lyttemåden *auditiv perception* eller betegnet *lytning efter lyd og syntaks* (jf. afsnittet: 6.4. Lyttemåder og præferencer). Denne lyttemåde handler bl.a. om, hvad musikken kan “tjene” lytteren. Bonde mener, at lytteren bliver mere interesseret i at lytte til musik, som indeholder et formål. Flere af informanterne pointerede, at man kan bevæge sig til pop- og

rockkoncerter. I analysen fandt vi frem til, hvordan flere af informanterne følte, at det ikke var tilladt at bevæge sig til musikken under de klassiske koncerter. Flere af informanterne betegner klassisk musik som anvendelig, når de skal koncentrere sig i skolesammenhænge eller lignende. Dog er det på samme tid gennemgående hos flere af informanterne, at det var svært under koncerterne "kun" at koncentrere sig om musikken. Bonde skriver, at det er muligt at træne sine lyttevaner til at opnå et større udbytte af musikken. På samme måde som Bourdieu pointerer Bonde, at en træning i lyttemåder vil kræve koncentration hos lytteren (jf. afsnittet: 6.4. Lyttemåder og præferencer"). Både Bourdieu og Bonde mener altså, at der er en sammenhæng i, hvorvidt lytteren er villig til at koncentrere sig om musikken, i forhold til at opnå et fuldt udbytte af denne. Den affektivt-intuitive lyttemåde, samt den auditive lyttemåde, ville således være anvendelige at arbejde videre med inden for publikumsudvikling. Disse lyttemåder kan i kombination bidrage til en større forståelse samt interesse for at lytte til klassisk musik. Eksempelvis kunne Aalborg Symfoniorkester, ud fra teorien om de førnævnte lyttemåder, udforme nogle koncerter, hvor et yngre publikum får mulighed for at bevæge sig til klassisk musik eller udøve andre aktiviteter imens de lytter.

Bonde gør brug af Ruuds semantiske niveau til at forklare lyttemåden *lytning efter mening*. Lyttemåden er eksempelvis gældende hos informanten, Mia, da hun anvendte en symbolsk beskrivelse til at forklare sin oplevelse af musikken. Mia skrev: *"Jeg var totalt vild med det! Det er som om, man bliver transporteret til en helt anden verden."* Emil anvendte en metaforisk beskrivelse til at forklare stemningen under koncerten: *"Meget mere stille og fintfølelse adfærd blandt publikum - minder meget om adfærden i et museum. Giver en mere respektfuld stemning."* (jf. analyse af case 2). I begge analyser benyttede størstedelen af informanterne positive adjektiver fra det såkaldte Stemningshjul til at beskrive koncertoplevelsen. I case 2 lagde nogle af informanterne vægt på opbygningen af musikken, mens nogle også beskrev musikkens "bevægelser" samt, at de "mærkede" musikken i kroppen. Det er tydeligt, at informanterne var i stand til at beskrive musikkens indvirkning på dem, på trods af deres manglende faglige viden inden for området. I arbejdet med publikumsudvikling til den valgte målgruppe kunne det eksempelvis være brugbart, at lave en samtalegruppe efter koncerten, hvor publikummet med deres egne ord får lov til at beskrive musikken, deres helhedsindtryk af koncertoplevelsen m.m. En lyttemåde hvor musik beskrives via brug af metaforer

eller symboler, kan være anvendelig til at belyse musik på en ikke-intellektuel måde. Vi mener, at lyttemåden lytning efter mening, eventuelt kan hjælpe med at skærpe interessen hos en målgruppe, der ikke har faglig viden inden for klassisk musik.

Bondes lyttemåde *lytning efter fællesskab* kan anskues i forhold til Bourdieus habitusbegreb. Bonde skriver følgende om denne lyttemåde:

“evnen til at skabe og opleve musik er en fælles menneskelig egenskab, som dog kan udvikles i større eller mindre grad, afhængigt af musikkens placering i familien, i nærmiljøet og i den specifikke kultur.” (jf. afsnittet: 6.4. Lyttemåder og præferencer)

Til lyttemåden lytning efter fællesskab inddrager Bonde musikpædagogisk forsker, Frederik Prio til at belyse lyttemåden. Prio lægger vægt på habitusbegrebet, som en måde til at forstå forholdet mellem musikken og mennesket. Til lyttemåden kan der henvises til den førnævnte kulturelle, objektiviserede, kapitalform. Altså er et vigtigt aspekt inden for lyttemåden, at forstå på hvilken måde og hvornår i livet, klassisk musik bliver præsenteret for lytteren. I forbindelse med denne lyttemåde kan Bourdieus teori om den sociale kapitalform inddrages. (jf. afsnittet: 5.4.2. Den sociale kapital). Bourdieu betegner den sociale kapitalform som aktørens adgang til et bredt og effektivt netværk. Et netværk kan eksempelvis bestå af aktørens familie, hvori hvert familiemedlem besidder en vis mængde af økonomisk, kulturel og social kapital. Den enkelte aktør får adgang til disse kapitalformer gennem sit netværk. Samtidig er aktørens kendskab til eksempelvis klassisk musik også afhængigt af, hvorvidt aktørens netværk kender til, eller har beskæftiget sig, med musikgenren. I analysen af case 2 nævnte en af informanterne i fællesinterviewet efter koncerten, at hun gerne ville gentage oplevelsen, hvis hun fulgtes med nogle andre til koncerten. Hun pointerede, at hun i højere grad ville være tilbøjelig til at gå til klassiske koncerter, hvis nogle inden for hendes netværk også gjorde det. Ruud skriver, at musik handler om, at individet former sig efter andre individers musikpræferencer. (jf. afsnittet: 6.4. lyttemåder og præferencer). Dette kom også til udtryk, da alle informanterne beskrev, at deres foretrukne musikgenre er pop- og/eller rockmusik.

Ud fra de diskussionsafsnittet om de ovenstående lyttemåder kan vi udlede, at flere af informanterne benyttede lyttemåderne under koncertoplevelserne. For at opnå den mest optimale oplevelse af en koncert skal lyttemåderne kombineres. I arbejdet med publikumsudvikling kunne det være anvendeligt at udforme metoder til, hvordan lyttemåderne i højere grad kan inddrages i koncertsammenhænge.

8.4. Hvorfor er det vigtigt at inddrage unge til klassiske koncerter?

Som nævnt i afsnittet 7.5 Vurdering af empiri og metode i analysen, er klassisk musik et begreb, som kan opfattes forskelligt afhængigt af, hvem man spørger. Derfor kan det diskuteres, hvorvidt af vigtigheden af den klassisk musik er op til det enkelte individ. Alligevel fremlagde vi i indledningen til specialet nogle forskellige perspektiver på vigtigheden af den klassiske musiks rolle i dag. Jakob Holm, der er kronik- og debatredaktør på Kristeligt Dagblad mener, at klassisk musik kan bidrage til at gøre fortiden levende for lytteren, samt at musikken giver adgang til menneskets fælles historie. Dette perspektiv, kan sættes i sammenhæng med førnævnte lyttemåde *lytning efter mening*, som netop kan omhandle dét, at finde en mening i musikken. En af informanterne beskrev i spørgeskemaet, at den klassiske musik transporterede hende til en anden verden, mens en anden af informanterne fortalte, at musikken fik ham til at tænke på gamle dage. Disse udtalelser kan sættes i forbindelse med dét, Holm forklarer. Spørgsmålet er dog, om det kun er den klassiske musik, der har denne evne?

I indledningen nævnes endvidere journalist, Kim Skottes syn på den såkaldte Mozart-effekt. Mozart-effekten er en teori der påviser, at det er lettere at koncentrere sig, når der lyttes til klassisk musik. Flere af informanterne italesatte i analysen, at de flere gange har brugt, og stadig bruger, klassisk musik når de skal koncentrere sig. Dette støtter på mange måder op om teorien bag Mozart-effekten. Den klassiske musik kan således forsvares som medvirkende til at skabe koncentration hos lytteren. Det er dog svært at begrunde den klassiske musiks vigtighed på baggrund af Mozart-effekten. Der naturligt kan findes andre måder til at hjælpe med, at skabe koncentration hos individet, hvilke ikke inkluderer den klassiske musik. Ud fra Bourdieus teorier om, at det er vigtigt at have en stor mængde af samlet kapital, kan der også argumenteres for, at det er vigtigt at inkludere unge i klassiske koncerter. Det kan dog således også her pointeres, at de unge kan finde områder, som skaber den samme, eller en højere, mængde af samlet kapital.

Ud fra ovenstående begrundelser for den klassiske musik, og nødvendigheden i de unges deltagelse i klassiske koncerter, kan det konstateres, at det er næsten umuligt, at svare på spørgsmålet om, hvorfor det er vigtigt at inddrage unge til klassiske koncerter. Spørgsmålet afhænger af mange forskellige variabler, som er umulige at afdække til fulde i dette speciale. Det er i stedet relevant at stille spørgsmålet, om det virkelig kan passe, at den klassiske musik *er* relevant og tilgængelig nok for de unge? En af de største målsætninger inden for kulturpolitik er at sørge for, at kunsten er tilgængelig for alle (jf. Publikumsudvikling i en historisk kontekst). Vi vil i denne forbindelse henvise til diskussionsafsnittet “adgangen til klassisk musik”, da vi mener at kunne spore en tendens omkring, at feltet for klassiske musik, i kraft af doxa samt konflikter mellem aldersgrupper, bevirker at den klassiske musik ikke er inkluderende for de 15 til 19-årige.

Ud fra diskussionsafsnittet kan vi konkludere, at *forforståelsen* samt *adgangen til klassisk musik* kan karakteriseres som nogle af de væsentligste barrierer for, at flere af informanterne fravælger at deltage i klassiske koncerter. Vedrørende forforståelsen er det især væsentligt at tage højde for, at de 15 til 19-åriges forforståelse af klassisk musik afhænger af gruppens adgang til, samt mængde af, kulturel kapital. Informanternes adgang til klassisk musik kan være en barriere, da feltet for den klassiske musik består af en række forskellige doxa, samt af indlejrede socialt konstruerede alderskonflikter mellem unge og ældre. Derudover fandt vi frem til, at der inden for arbejdet med publikumsudvikling til de 15 til 19-årige med fordel kan inddrages flere forskellige lyttemåder til klassiske koncerter. At anvende flere lyttemåder kan skabe en øget interesse, da disse bl.a. påvirker flere af informanternes sanser på én gang.

Som tidligere nævnt mener Nobuko Kawashima, at der via kendskab til barriererne for deltagelse i kulturelle aktiviteter kan arbejdes videre med publikumsudvikling. Vi vil i ud fra denne viden fremlægge en model til publikumsudvikling hos Aalborg Symfoniorkester, der er målrettet aldersgruppen 15 til 19-årige.

9. Model til publikumsudvikling hos Aalborg Symfoniorkester

- målrettet aldersgruppen 15 til 19-årige

I afsnittet "Hvad kan publikumsudvikling være" italesættes dét at kende sit publikum, som en yderst væsentlig del af arbejdet med publikumsudvikling. Gran og Klie er begge enige om, at mange kulturinstitutioner i dag tager kendskabet til deres publikum for givet, samt at kulturinstitutionerne ikke kender deres publikum. Ifølge Klie er det vigtigt for kulturinstitutionerne at have kendskab til publikummet, da den viden der fremkommer heraf, burde bidrage til at sætte aftryk i kulturoplevelsernes form og indhold. Ifølge Nobuko Kawashima kan det ligeledes tolkes, at hun mener, at bevidstheden om målgrupper, gør det muligt for kulturinstitutionerne at afklare, hvad publikum kan lide samt ikke lide og arbejde videre med publikumsudvikling herfra. I afsnittet 4.1. Publikumsudvikling i en historisk kontekst, fremgår det, at en af de mest grundlæggende faktorer inden for kulturpolitiske målsætninger er, at gøre kunsten tilgængelig for alle. For at opnå målsætningerne er det således vigtigt at vide, hvilket publikum der dækker over betegnelsen "alle"?

Bourdieu fremstiller fænomenet ungdom som et socialt konstrueret begreb, hvorfor der i højere grad burde tages udgangspunkt i de unges habitus, fremfor deres alder. Ligeledes forklares det også af Schultz Larsen, i kapitel 6. Ungdommen, at de unge er mere individualiserede i dag, end hvad denne gruppe generelt set har været gennem tiden. Schultz Larsen fremstiller dog et paradigme om, hvordan ungdommen bliver mere og mere standardiseret som gruppe i Det Senmoderne Samfund, da de på mange måder er tvunget til at vælge den samme vej gennem deres uddannelse. Med dette menes, at de unge homogeniserer sig som gruppe i et forsøg på at indfri sociokulturelle forventninger. Målgruppen, de 15 til 19-årige, er udvalgt med udgangspunkt i deres alder. I diskussionsafsnittet fandt vi dog frem til, at målgruppens alder ikke er den mest væsentlige faktor for, hvorvidt de kan forstå og lide klassisk musik. Det handler i højere grad om, hvorvidt informanterne på forhånd har beskæftiget sig med musikken. Målgruppen kan med fordel deles op i flere udspecificerede målgrupper eller segmenter.

Vi har indledningsvist valgt at præsentere de udarbejdede segmenter kortfattet. Dette, for at skabe overblik, samt give læser indblik i de fokusområder, som vi har valgt at beskæftige os med i udarbejdelsen af segmenter. Vi har udarbejdet i syv segmenter, som vil være opdelt i henholdsvis tre overordnede sektioner: *de der ønsker at blive underholdt*, *de der interesserer sig for klassisk musik*, samt *de der ikke interesserer sig for klassisk musik*. Efterfølgende vil segmenterne bliver uddybet. Derefter vil det blive diskuteret, hvorledes der kan arbejdes med publikumsudvikling inden for de forskellige segmenter.

De der ønsker at blive underholdt

Segment 1. De spontane:

Publikum: Potentielle forbrugere af klassisk musik.

Værdier: Kultur, underholdning, fritid, socialisering.

Præferencer: Mangfoldig musiksmag, åbne over for nye kunstarter.

Segment 2. De kulturinteresserede:

Publikum: Potentielle forbrugere af klassisk musik.

Værdier: Kultur, kunst, at gå ud, at lære samt blive udfordret, socialisering, selvstændighed.

Præferencer: Mangfoldig musiksmag, åbne over for nye kunstarter, kvalitetsorienterede.

Segment 3. De sociale:

Publikum: Potentielle forbrugere af klassisk musik.

Værdier: Fællesskab, fælles aktiviteter, sociale, omstillingsparate.

Præferencer: At gå ud, mangfoldig musiksmag, trendy.

De der interesserer sig for klassisk musik

Segment 4. De interesserede:

Publikum: Forbrugere af klassisk musik

Værdier: Kultur, traditionelle værdier, historie.

Præferencer: At fordybe sig, at fokusere, kvalitetsorienterede.

Segment 5. De der er vokset op med det:

Publikum: forbrugere af klassisk musik.

Værdier: Familie, venner, traditionelle værdier, vane bundet.

Præferencer: At fordybe sig, socialisere sig.

De der ikke interesserer sig for klassisk musik

Segment 6. De der fravælger det:

Publikum: ikke-forbrugere af klassisk musik

Værdier: Social, eksperimenterende, nytænkende.

Præferencer: Kan være alt andet end traditionelle og klassiske kunstformer,

Segment 7. De der ikke vil forbindes med det

Publikum: ikke-forbrugere af klassisk musik

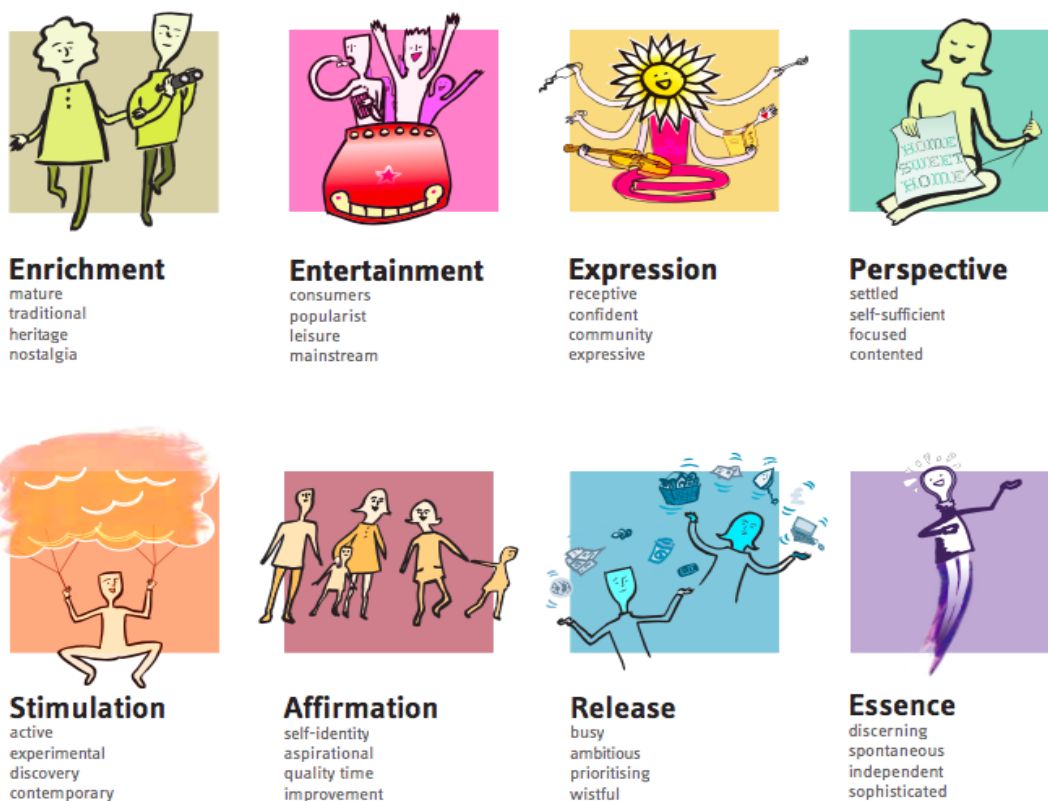
Værdier: Dét der er "in", social, selvbevidste, afhængige af andre

Præferencer: Typisk populærmusik, rock.

I arbejdet med udviklingen af målgrupperne har vi løbende valgt, at perspektivere til rapporten "Culture Segments" af Morris, Hargreaves og McIntyre. I rapporten er der udarbejdet en statistisk undersøgelse af publikummer ud fra gruppens kulturelle tilhørsforhold, deres opvækst, fritidsinteresser og karakteristika for deres personlighed, vaner m.m.. Dette, for at hjælpe organisationer og institutioner med at udvikle deres publikumsfokus (Morris, Hargreaves og McIntyre, 2016, s. 2). I "Culture Segments" er der udviklet otte segmenter og/eller målgrupper. Vi finder det anvendeligt at finde inspiration i måden, hvorpå Morris, Hargreaves og McIntyre har valgt at opbygge og strukturere segmenterne. Morris, Hargreaves og McIntyre vælger først og fremmest i deres udarbejdelse af segmenter, at beskrive hvilke typer af gruppemedlemmer, der består heri. I rapporten nævnes den forventede aldersfordelingen hos segmentet, hvorvidt det forventes at medlemmerne har børn m.m., samt hvilken uddannelsesgrad medlemmerne af segmentet primært har. Derudover beskrives hvilke mål medlemmerne af segments har, deres værdier samt hvordan kulturinstitutionerne nemmest inddrager segmentet. Dette støttes op af Bourdieus teori om habitus, hvori det især handler om at kende til medlemmernes placering i det sociale rum, for at kende til deres vaner, handlinger m.m. Til vores egen udformning af segmenter har vi har derfor

valgt, at hente inspiration fra de fokusområder, der fremstilles i rapporten. Vi vil starte med at forklare, på hvilken baggrund segmentet er udarbejdet. Herefter forklarer vi hvilke typer af medlemmer, segmentet består af, samt hvilke værdier medlemmerne kan forventes at have. De nævner endvidere hvordan aldersfordelingen typisk er inden for segmentet. Dette er dog ikke vigtigt i vores tilfælde, da vores aldersgruppe (15 til 19 år) er den samme i alle segmenterne. Dermed er spørgsmålet om børn også uvæsentligt, da det ikke forventes at være i spil i særlig grad hos vores aldersgruppen. Som tidligere beskrevet vil vi afslutningsvis forsøge at udlede, hvorledes Aalborg Symfoniorkester kan arbejde med at gøre deres klassiske koncerter mere relevante for de udarbejdede segmenter.

Rapporten "Culture Segments" er udarbejdet på grundlag af svar fra 4.500 respondenter i alderen 16 år og opefter. Respondenterne til rapporten stammer fra hver region i Storbritanien, og gruppen er udvalgt med det formål, at være repræsentative for hele markedet (Ibid. S. 3). Vi ser derfor en god mulighed for, at få et endnu større indsigt i kulturbrugere og dermed målgrupper. Nedenfor ses de segmenter, som er udarbejdet i rapporten:



Billede 3. Culture Segments' segmenter (Morris, Hargreaves, McIntyre, 2016, s. 5)

I overskrifterne fremgår det hovedsagelige grundlag for, at segmenterne vælger at deltage i kulturelle tilbud. Under overskrifterne fremgår nogle få karakteristikker af de medlemmer, der indgår i gruppen. Vi vælger dog ikke at tage udgangspunkt i alle ovenstående segmenter, da flere ikke passer ind i vores, i forvejen, alders afgrænsede segmenter. Eksempelvis indeholder gruppen "Enrichment eller berigelse" primært et traditionelt og ældre publikum. (ibid: 8). Der kan dog med sandsynlighed drages inspiration fra ovenstående segmenter, da der i beskrivelsen af segmenterne, ligger karakteristikker, som har relation til dette speciales fokusområde.

Det er vigtigt at pointere, at segmenteringerne ikke er direkte brugbare i forhold til vores opgave. Det er de ikke, da rapporten "Culture Segments" ikke er udviklet med henblik på at den samme aldersgruppe. Endvidere er segmenterne baseret på publikumsvaner i Storbritanien, hvilket kan forventes at være afvigende i forhold danskernes kulturvaner. Vores udarbejdede segmentgrupper vil derfor være tilpassede i forhold til de unges vaner angående deltagelse i klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester.

I udarbejdelsen af målgrupper målrettet Aalborg Symfoniorkestrets klassiske koncerter, tages der udgangspunkt i en segmentering af ungdommen fra 15 til 19 år. Segmenteringen er dog ikke ensbetydende med, at andre aldersgrupper ikke kan passe ind under samme segment, eller at segmenterne ikke kan overlappe hinanden, samt ej heller, at ungdommen ikke kan tilhøre en eller flere segmenter af gangen.

Som tidligere beskrevet kan vores informanter (jf. afsnittet: 2.3. Publikum) defineres under publikumsgrupperne *potentielle forbrugere* og *forbrugere* til klassiske koncerter, idet næsten alle spiller musik i nogen grad. Derfor repræsenterer informanterne kun et begrænset felt af ungdommen (jf. kapitlet: 7.5 Vurdering af empiri og metode). Vores teori om ungdommen spiller derfor på mange måder en større rolle i forståelsen af den almene ungdom som tilhører alle vores udarbejdede publikumsgrupper: forbruger, potentielle forbrugere og ikke-forbruger, hvilket vi vil have i mente og nævne i segmenteringerne. Vi har i den forbindelse endvidere opdelt hovedsektionerne i de tre publikumsgrupper, idet vi bestræber os på så vidt muligt, at afdække og sikre at vi belyser alle ungdommens træk.

9.1. De der ønsker at blive underholdt (segment 1., 2. og 3. fra modellen)

Denne sektion har vi valgt at definere som potentielle-publikummer eller interesserede ikke-brugere til klassisk musik. Vi først og fremmest valgt at definere denne gruppe ud fra, at alle vores informanterne enten er potentielle forbrugere eller forbrugere af klassisk musik. Til udarbejdelsen af de tre segmenterne, har vi indhentet viden fra de informanter som viser lidt eller nogen interesse for klassisk musik. Endvidere kan vi ud fra analysen spore en tendens omkring, at størstedelen af informanterne ikke kun har én musikpræference, men lytter og foretrækker flere forskellige musikgenrer. I afsnittet: "6.2. Musik som identitetsmarkør" fremgår det, at unge indgår i mange forskellige arenaer. Igennem arenaerne danner gruppen deres identitet og skaber personlige præferencer ved at udforske musikken og derigennem sig selv. Derfor kan det diskuteres, om de unge således er mere tilbøjelige til at deltage i en bred skare af kulturelle tilbud, altså bevidst og/eller ubevidst, indsamle en større mængde af kulturel kapital? Disse segmenter, kan formodes, at være interesserede i musik og kultur, og deltage i en bred skare af kulturelle tilbud, uden nødvendigvis at have nogle specifikke præferencer vedrørende hvad de helst vil deltage i. I analysen fandt vi også ud af, at flere af informanterne mente, at billetprisen til en klassisk koncert er en barriere for, at de vil deltage i koncerten. Det nedenstående segment vil derfor bl.a. omhandle, hvordan klassiske koncerter kan gøres mere attraktive hos et yngre publikum ved at fjerne økonomiske barrierer (jf. afsnittet: 4.4 Barrierer for publikumsdeltagelse)

Segment 1. De spontane:

Hvorfor denne gruppe?

Denne gruppe er dels udarbejdet på baggrund af rapporten "Culture Segments" og segmentgruppen *Essence* (Morris, Hargreaves, McIntyre, 2016, s. 28). *Essence* beskrives overordnet i rapporten som et segment, der afdækker en gruppe, hvori underholdning, kunst og kultur vægtes. Gruppen beskrives også som spontane, afhængigt af deres humør og umiddelbare lyster, hvorfor vi har valgt at kalde gruppen *de spontane*. Derudover er segmentet udarbejdet på grundlag af afsnittet "6.1 Muligheder" hvori det fremgår, at der i dag hos unge ofte forekommer interesser for mange forskellige aktiviteter og musikgenrer. Det store udbud kan eventuelt udmunde ud i spontane valg

af aktiviteter og kulturudbud, hvilket gør sig gældende hos vores informanter, som har et bredt kendskab til musik generelt og ingen bestemte præferencer.

Hvem er de?

Segmentet, *de spontane*, kan beskrives som kulturinteresserede i nogen grad, livsstils-samlere (jf. afsnittet: 6.1. Muligheder) og som en gruppe, der på mange måder ikke vægter typen af aktivitet, der deltages i. Aktiviteten kan derfor både være lærerig, underholdende, traditionel, nytænkende m.m. Medlemmerne af segmentet er dog generelt mest tilbøjelige til at vælge mere lettilgængelige kulturtilbud. I diskussionsafsnittet fandt vi bl.a. frem til, at det for målgruppen er vigtigt, at musikken virker let-tilgængelig. Medlemmerne af segmentet kan betegnes som umiddelbare og spontane i deres til- og fravalg. Derfor vælger gruppen ofte et kulturtilbud, som ikke kræver stor fordybelse og forberedelse. Samtidigt er medlemmerne af segmentet tvunget til at være dygtige til at indgå i forskellige sociale sammenhænge samt være omstillingsparate i de forskellige arenaer, de indgår i (jf. afsnittet: 6.2. Musik som identitetsmarkør). Segmentet kan formodes at købe billet ud fra deres umiddelbare humør, og derfor vil gruppen ofte købe koncertbilletten tæt på dagen ved koncertens afvikling.

Segment 2. De kulturinteresserede:

Hvorfor denne gruppe?

Dette segment kan sættes i sammenhæng med ovenstående segment, da de er interesserede i et bredt spektrum af kulturudbud. Som tidligere nævnt fandt vi i analysen frem til, at informanterne typisk havde flere forskellige musikpræferencer. Medlemmerne af dette segment vægter, i højere grad end forrige segment, kvalitet i udførelsen af aktiviteten, da de er kulturinteresserede. Segmentet er udformet med inspiration fra rapporten "Culture Segments" samt gruppen *stimulation* (Morris, Hargreaves og McIntyre, 2016, s. 17). Under aldersprofilen for segmentet *stimulation* beskrives gruppens medlemmer som: unge. Segmentet omhandler især følgende elementer: 'Enjoying life', 'going out', 'taking risks' og 'live music' (Ibid. s. 20). En væsentlig forskel på forrige segment og dette, er måden hvorpå kulturudbuddet vælges og tilrettelægges. Medlemmerne af segmentet planlægger typisk deres besøg i

bedre tid end det var tilfældet hos det forrige segment. De kulturinteresserede planlægger og reflekteres over deres valg af aktivitet. Prisen på aktiviteten skal, ligesom hos forrige segment, være i den lave ende, for at gøre det mere attraktivt for segmentet.

Hvem er de?

Segmentet *stimulation* beskrives som en aktiv gruppe, der leder efter nye oplevelser og udfordringer. Samtidigt er medlemmerne af segmentet interesserede i sociale relationer, og medlemmerne kan derfor forestilles at være tilbøjelige til at deltage i aktiviteter i grupper. Segmentets medlemmer ønsker at skille sig ud i deres valg og er ikke styret af andres meninger og præferencer inden for kultur (rapport s. 20). I analysen fandt vi frem til, at flere af informanterne var taknemmelige over at få lov til at opleve en klassisk koncert. Informanterne italesatte bl.a., hvordan det var spændende at prøve noget nyt.

Segment 3. De sociale:

Hvorfor denne gruppe?

Segmentet: *de sociale* er udarbejdet på baggrund af, at unge kan forestilles at deltage i aktiviteter på baggrund af sociale relationer. Sat i sammenhæng med ungdomsbegrebet, kan det diskuteres, om nogle unge i nogen grad, ubevidst eller bevidst, bruger og skaber deres sociale identitet, med det formål på sigt at opnå bestemte kulturelle præferencer (jf. afsnittet: 6.2 Musik som identitetsmarkør). Fællesskabet og dét at socialisere sig kommer i første række for segmentet *de sociale*. Som tidligere nævnt i diskussionsafsnittet er de unges musikpræferencer især præget af, hvilket netværk de indgår i. Segmentet *de sociale* er derfor ikke på samme måde, som de forrige to segmenter, altædende hvad angår kultur, da de tilpasser deres smag ud fra, hvilket miljø de indgår i. Segmentet er desuden inspireret af segmentet Entertainment udarbejdet i rapporten (Morris, Hargreaves og McIntyre, 2016, s. 10). Morris, Hargreaves og McIntyre skriver: "*They are largely socially motivated to attend, looking to pass time in an enjoyable and fun way with friends and family.*" Segmentet *de sociale* er endvidere inspireret af vores informanternes besvarelser. Som nævnt i analysen under afsnittet "Beskrivelse af undersøgelsessituationen" observerede vi, at informanterne opdelte sig i mindre grupper, da de skulle besvare spørgeskemaerne og deltage i fællesinterviewene.

Hvem er de?

Segmentet består af unge som prioriterer fællesskabet. Gruppen er derfor omstillingsparate (jf. afsnittet: musik som identitetsmarkør) og har mod på at opleve nye kulturelle aktiviteter. Segmentet består af typiske grupper, som i nogen grad danner ens musikpræferencer, alt efter hvilket netværk der indgås i jf. Bonde. Hvis segmentet: Entertainment tages i betragtning, kan det dog også formodes, at en stor del af segmentet er opsøgende inden for aktiviteter, som ikke er for udfordrende og derfor er mere tilbøjelige til at vælge aktiviteter, som de kender i forvejen (Morris, Hargreaves og McIntyre, 2016, s. 11). Segmentet opsøger i høj grad også i sportsaktiviteter, forlystelsesparker, ture i byen, osv. *"They will pay a premium for something that they are keen to see, but it will need to be spectacular and must-see when it comes to culture."* (Ibid. S. 12) Segmentet foretrækker altså en garanteret god oplevelse, når de tilvælger kulturudbud. Der skal derfor gerne have været god omtale om selve eventet som helhed, kunstnerne eller musikken (ibid. s. 11).

9.2. De der interesserer sig for klassisk musik (segment 4. og 5)

Segmentet har vi valgt at definere som *forbrugere*, da gruppen indbefatter personer, der deltager i klassiske koncerter. Vi har især udarbejdet segmentet ud fra vores analyse, hvori vi bl.a. fandt frem til, at enkelte af informanterne i høj eller nogen grad interesserer sig for klassisk musik, enten som en alenestående aktivitet eller i forbindelse med andre kulturelle aktiviteter som eksempelvis ballet. Vi har anvendt inspiration fra et segment i rapporten Culture Segment, betegnet: *enrichment* (Ibid. S. 7). Medlemmerne af segmentet enrichment sætter pris på følgende: "traditional artforms", "home life", "the past" og "wonder" (Ibid. S. 8 og 9). Segmentet "de der interesserer sig for klassisk musik" omhandler også, hvordan gode sociale relationer hos medlemmerne af gruppen er med til at skabe en større interesse for den kulturelle aktivitet. Segmentet "de der interesserer sig for klassisk musik" kan i denne forbindelse sammenlignes med det forrige segment "de sociale".

Segment 4. De interesserede:

Hvorfor denne gruppe?

I analysen fandt vi frem til at få af informanterne italesatte, at de selv spiller klassisk musik og/eller er interesserede i klassisk musik, hvilket segmentets *de interesserede* hovedsageligt omhandler. Medlemmerne af segmentet har kendskab til klassisk musik og/eller en interesse herfor. Segmentet kan i nogen grad sættes i forbindelse med et segment fra rapporten "Culture Segments" (Ibid. s. 17). Heri fremstilles segmentet *Perspective*. Segmentet *Perspective* indebærer en gruppe, som generelt er fokuseret og har dybe præferencer inden for den givne aktivitet.

Hvem er de?

Medlemmerne af segmentet *de interesserede* spiller enten klassisk musik i forvejen eller har interesse herfor. Derudover indeholder segmentet den gruppe af vores informanter, som interesserer sig for kulturelle aktiviteter i relation til klassisk musik, eksempelvis: ballet, opera m.m.

Segment 5. De der er vokset op med klassisk musik:

Hvorfor denne gruppe?

Segmentet *de der er vokset op med klassisk musik* tager primært udgangspunkt i de af vores informanter, som fortæller, hvordan de jævnligt deltager, eller har deltaget i klassiske koncerter med deres familie og venner. Segmentet indeholder flere af de samme elementer som det forrige segment. Segmentet *de der er vokset op med klassisk musik* skiller sig ud i forhold til de foregående segmenter ved, at medlemmerne af segmentet i deres opvækst er blevet præsenteret for klassisk musik. Segmentet lægger sig derfor tydeligt op af Bourdieus habitusbegreb, hvori oplevelser tidligt i livet især er med til at danne præferencer, vaner m.m. Der kan endvidere drages referencer til segmentet *Affirmation* fra rapporten Culture Segments (Ibid. S. 22). Segmentet *Affirmation* indbefatter en gruppe, der sætter stor pris på at opleve traditionelle kunstformer med deres familie og venner. I denne forbindelse nævnes der i rapporten elementer som: "family needs", "personal development", "quality time with others" og "wholesome leisure activities". Segmentet indbefatter især familie, hvoraf familiens overhoveder: forældrene, ønsker at medbringe deres børn til kulturelle aktiviteter og

herudfra udvide børnenes forståelse og viden om traditionelle kunstformer. Ifølge sociologien er det da også fra barnsben at vi lærer de mest basale ting om os selv og hvor vi i højeste grad er afhængige af at lære af andre mennesker (Jacobsen et al, 2008, s. 12).

Hvem er de?

Medlemmerne af segmentet har deltaget i klassiske koncerter flere gange gennem deres netværk. Medlemmerne har derfor et bredt kendskab til klassisk musik, og gruppen bruger ofte sin fritid til at fordybe sig yderligere musikkens historie, de enkelte værker m.m. Segmentet ønsker desuden at blive anset i samfundet som kulturinteresserede og vidende. Endvidere er gruppen overvejende socialt orienterede og anser ligeledes kultur-platformene som steder, hvor gruppen kan bruge tid på at udvide deres netværk. (Morris, Hargreaves og McIntyre, 2016, s. 24) Ifølge Bourdieus teori vil begge elementer bidrage til at øge mængden af kulturel og social kapital inden for feltet vedrørende klassisk musik.

9.3. De der ikke interesserer sig for klassisk musik (segment 6. og 7.)

Segmenterne tager udgangspunkt i den gruppe af informanter, som ikke interesserer sig for klassisk musik. Som tidligere beskrevet, har vi udledt, at alle vores informanter kan betegnes som enten potentielle forbrugere eller forbrugere grundet deres forhold til klassisk musik. Vi har dog alligevel valgt at karakterisere gruppen af de informanter som ikke var interesserede i klassisk musik som *ikke-forbrugere*. Fokus på ikke-forbrugerne kan bidrage til en mere valid og fyldestgørende oversigt over de øvrige segmenter. Vi vil inddrage de informanter, der forinden beskrev klassisk musik på en negativ måde, samt gruppen der efter koncerterne beskrev oplevelsen som negativ. Disse informanter kan formodes at sættes i sammenhæng med unge ikke-forbrugere og deres syn på, og oplevelse af, klassisk musik. Ifølge Kawashima er det vigtigt for kulturinstitutionerne at arbejde med at forstå, hvad der ligger til grund for fravalg af kulturelle aktiviteter. Segmenterne: *de der ikke interesserer sig for klassisk musik* er især vigtige for at forstå, og eventuelt fjerne, de materielle og immaterielle barrierer som kan ligge til grund for deres fravalg (jf. afsnittet: 4.2. Publikumsudvikling ifølge Nobuko Kawashima).

Segment 6. De der fravælger aktiviteten:

Hvorfor denne gruppe?

Segmentet indbefatter den gruppe, som bevidst eller ubevidst fravælger den klassiske musik. Dette kan, som det italesættes af flere af vores informanter, være begrundet med, at gruppen har andre musikpræferencer som eksempelvis pop- og rockmusik. I analysen fandt vi frem til, at klassisk musik af størstedelen af informanterne opleves som kedelig, langtrukken, kompliceret/avanceret, fremmed og/eller ekskluderende i sin form. Altså strækker dette segment sig over en lang række forskellige og mulige grunde til, at den klassiske musik af informanterne fravælges. Samtidigt dækker segmentet også over. I diskussionsafsnittet vedrørende de unges forforståelse af klassisk musik fandt vi frem til, at en primær grund til at gruppen finder musikken kompliceret er, at de kun i mindre grad er blevet præsenteret for musikken.

Hvem er de?

Medlemmerne af segmentet *de der fravælger aktiviteten* består både af den gruppe, der bevidst har fravalgt musikken efter at have beskæftiget sig med den, samt af den gruppe der har fravalgt musikken på baggrund af, at gruppen ikke tidligere har beskæftiget sig med klassisk musik. Dette kan eksempelvis sættes i forbindelse med en af vores informanter som italesætter, at undervisning i klassisk musik på gymnasiet "dræbte" interessen for ham. Et andet eksempel er en informant som italesætter, at den klassiske musik ikke betyder noget for ham, fordi han ikke kender til genren. Segmentet kan også indbefatte unge, som ikke værdsætter musik og kultur i særlig høj grad, og som derfor heller ikke finder klassisk musik tiltalende og/eller videre interessant.

Segment 7: De der ikke vil forbindes med aktiviteten:

Hvorfor denne gruppe?

Segmentet tager først og fremmest udgangspunkt i Simon Friths teori om, at musik og identitet er sammenknyttende områder. Frith mener, at musikken ikke kun afspejler hvem individet er, men også er en afspejling af, hvordan individet gerne vil være samt fremstå over for omverdenen. For unge i Det Senmoderne Samfund lægges der i høj grad vægt på, hvordan gruppen fremstår udadtil (jf. afsnittet: 6.2 Musik som identitetsmarkør). Det må derfor også tages i betragtning i segmenteringerne af

målgrupperne, at det kan formodes, at nogle unge ikke ønsker, at blive sat i forbindelse med bestemte musikgenrer, heriblandt klassisk musik. Samtidigt kan underliggende konflikter mellem den ældre og unge aldersgruppe (jf. Bourdieu) også være væsentligt at tage i betragtning, i udformningen af segmentet. Det antages, at der kan opstå en frygt hos den unge aldersgruppe om at blive sat i relation til musik, som primært har et ældre publikum. I diskussionen om adgangen til den klassiske musik fandt vi frem til, at det etablerede publikum ofte ikke ønsker at dele deres kulturelle kapital med et nyt publikum inden for feltet.

Hvem er de?

Segmentet: *de der ikke vil forbindes med aktiviteten* består primært af unge som i nogen grad kender til musikken, men som bevidst fravælger at sættes i forbindelse hermed. Der kan også tales om, at den enkeltes mening vedrørende musikken ikke er vigtig i denne forbindelse, da det i højere grad handler om, hvordan personen fremstår i en social sammenhæng. Segmentet kan derfor betegnes som værende selvbevidste og afhængige af andre og deres meninger om kulturelle aktiviteter.

9.4. Aalborg Symfoniorkester og publikumsudvikling

I kapitel 4.: Publikumsudvikling italesættes nogle direkte områder hvori kulturinstitutioner kan fokusere på arbejdet med publikumsudvikling. Vi vil i dette afsnit berøre flere af disse områder, og sætte dem op imod de forskellige segmenter som er defineret i forrige afsnit. Der vil desuden udformes idéer til tiltag, der kan tages i betragtning i arbejdet med publikumsudvikling. Idéerne udspringer fra vores informanter, den anvendte empiri samt diskussionsafsnittet.

Markedsføring:

I afsnittet: 4.3. Fokusområder inden for publikumsudvikling fremgår det, at der inden for områder af kunst, hvor der er et lavt antal af forbrugere, skal tænkes anderledes omkring markedsføringsstrategier. Det faktum at antallet af forbrugere til klassisk musik er lavt, er på mange måder relevant for specialets fokusområde, da den klassiske musik ikke er efterspurgt hos aldersgruppen 15 til 19-årige (jf. statistik af Danskernes

Kulturvaner). Derfor er det for Aalborg Symfoniorkester oplagt at fokusere på alternative markedsføringskampagner, eksempelvis via sociale medier.

For at udforme markedsføringsstrategier til en yngre aldersgruppe kan der eksempelvis findes inspiration fra Astrid Haug. Haug er kommunikationsekspert og forfatter. Hun har især beskæftiget sig med markedsføring gennem sociale medier. Haug skriver bl.a. i bogen "Sådan når du ung på sociale medier - inspiration til virksomheder og organisationer" fra 2017, følgende:

"(...) alle os, der ifølge dåbsattesten ikke er unge længere, skal tage os gevaldigt sammen, hvis vi skal gøre vores indhold og budskaber relevante overfor yngre brugere." (Haug, 2017, s. 3)

Haug fremstiller, at der er stor forskel på, hvad der fungerer inden for markedsføring alt efter hvilke aldersgrupper, der henvendes til. Hun nævner bl.a. en markedsføringsstrategien: *influencer marketing*. Denne markedsføringsstrategi bygger på at skabe reklame for et produkt ved, at en person promoverer, eksempelvis en kulturel aktivitet, ud til sit eget netværk. Altså benytter personen sin sociale kapital til at anskaffe sig økonomisk kapital. Omvendt opnår personens netværk kulturel kapital i form af viden om begivenheden. Haug skriver følgende om personens rolle inden for markedsføringsstrategien: *"De (publikum, red) vil tales til som en ven eller en veninde - ikke som én af mange."* (Ibid. S. 29). Det kunne i denne forbindelse være interessant at undersøge nærmere, hvordan unge ønsker at kommunikere med hinanden.

Segment 3 defineres bl.a. som en gruppe der tilvælger koncerter, der kan defineres som "must-see events". Medlemmerne af segmentet foretrækker formentlig en koncert, der er anmelderost og/eller indeholder et genkendeligt element. Et forslag til markedsføring inden for segmentet kunne således være, at en gruppe af unge selv indgår i en video, hvori der forklares om Aalborg Symfoniorkester. Der kunne eventuelt udformes en salgsvideo af symfoniorkesterets koncertprøver. På denne måde vil segmentet opnå viden om, hvordan klassiske koncerter udformes. I arbejdet med markedsføring til kulturinstitutioner er det især væsentligt at synliggøre sig på flere forskellige platforme. (jf. afsnittet: 4.2: Barrierer for publikumsdeltagelse).

Fysiske og økonomiske barrierer:

En anden vigtig faktor at have i mente, hvad angår inddragelse af segmenterne er, at gøre koncerterne let tilgængelige både i form af geografi og økonomi. (jf. 4.4. afsnittet: barrierer for publikumsdeltagelse) og endvidere: fysiske barrierer og økonomi). Især den økonomiske barriere nævnes af flere af informanterne som en væsentlig grund til, at de ikke deltager i klassiske koncerter.

Publikumsinddragelse i beslutningsprocessen:

Arbejdet med at lære at kende sit publikum italesættes både i artikelsamlingen "Om Publikumsudvikling" fra 2010 samt i artiklen "Det er teatrene, ikke publikum, der svigter" fra 2016 og i rapporten "Hvad er publikumsudvikling" fra 2011 som en af de væsentligste faktorer i arbejdet med publikumsudvikling. I analysen fandt vi frem til, at størstedelen af informanterne mente, at længden på koncerterne, samt længden på de enkelte værker der blev spillet, var for lange til at de kunne koncentrere sig om dem. Som tidligere nævnt fandt vi i analysen frem til, at flere af informanterne mente, at klassisk musik er kompliceret. For at gøre koncerten mere attraktiv for medlemmerne af segmenterne, kan det for Aalborg Symfoniorkester være anvendeligt at inddrage andre kulturområder til koncerterne. Flere af informanterne associerede klassisk musik med eksempelvis ballet, film, at male, opera m.m. Kulturområderne kunne med fordel kombineres med den klassiske musik, for at gøre det mere attraktivt for ungdommen at deltage heri. Kulturinstitutionen Musikkens Hus har flere gange lavet koncerter i form af såkaldte filmkoncerter, hvor publikummet ser en film hvorimens et symfoniorkester spiller filmmusikken hertil.¹ Altså stimuleres publikum ud fra flere forskellige sanseindtryk. Flere informanter forbinder klassisk musik med at koncentrere sig, eksempelvis i forbindelse med lektielæsning. Dette kunne derfor tages i betragtning til en "krydsnings-koncert".

¹ I følgende fremgår de filmkoncerter der har været i Musikkens Hus, som stadig er at finde, på Musikkens Hus' hjemmeside, samt hvorvidt koncerten var udsolgt: Alene Hjemme the Movie d. 5/12, 2014 (udsolgt), Pirates of the Caribbean II d. 10/4, 2015 (udsolgt), Harry Potter og De Visers Sten d. 19/5, 2015 (næsten udsolgt I Gigantium), Alene Hjemme the Movie d. 16/12, 2016 (udsolgt), La La Land d. 11/11, 2017 (næsten udsolgt), Love Actually in Concert d. 10/12, 2017 (udsolgt), Harry Potter og Hemmelighedernes Kammer d. 26/3, 2018 (udsolgt), Harry Potter og De Visers Sten d. 25/3, 2018 (uvist).

I arbejdet med at undersøge hvordan Aalborg Symfoniorkester kan henvende sig til et yngre publikum kan der findes inspiration fra Camilla Tønnesen. Hun arbejder som Social Media-medarbejder hos Kræftens Bekæmpelse. Tønnesen beskæftiger sig bl.a. med, hvordan organisationen Kræftens Bekæmpelse markedsfører et budskab til unge om, at forstå vigtigheden i bekæmpelsen af kræft. Hun italesætter, at det er svært, at få et sådant budskab ud til en yngre målgruppe:

"Vores bedste råd, når man skal nå ud til den unge målgruppe, er at tale i øjenhøjde. Gør indholdet interessant for de unge. Det skal være relevant for dem, ellers gider de ikke følge med. Du må ikke være bange for at bruge humor og tænke ud af boksen." (Houg, 2017, s. 21).

Aalborg Symfoniorkester har flere gange benyttet sig af en konferencier, til at gennemgå værkerne under deres koncerter. Dette tiltag blev bl.a. benyttet til koncerten "Fire Wiener Philharmonikere", som vi anvendte som case i pilotprojektet. Med fokus på Tønnesens idé om at bruge humor til at gøre et budskab mere interessant for unge, kunne Aalborg Symfoniorkester eksempelvis inddrage en komiker som konferencier. Et forslag kunne være, at en sådan konferencier skulle informere publikum om værkerne, symfoniorkesteret m.m. ved at bruge humor som virkemiddel. Altså ville stemningen under koncerten formodentlig blive mere i øjenhøjde med unge mennesker, og skabe en mere inkluderende stemning.

Publikumsudvikling til det eksisterende unge publikum:

Det er vigtigt ikke at glemme de eksisterende publikummer og/eller vores to udarbejde segmenter: *de der interesserer sig for klassisk musik* og *de der er vokset op med klassisk musik*. Når der arbejdes med at inddrage et nyt publikum kan det eksisterende publikum ofte sættes i baggrunden for dette arbejde (jf. afsnittet: 4.2. Publikumsudvikling) ifølge Nobuko Kawashima. I afsnittet gør Kawashima det klart, at der hos kulturinstitutioner ligger et stort arbejde inden for publikumsudvikling til de eksisterende publikummer. I arbejdet fokuseres der hovedsageligt på smagskultivering og dannelse af publikum. Overordnet omhandler punkterne, det etablerede publikum jævnligt skal introduceres for nye og udfordrende kunstneriske udtryksformer samt hele tiden at højne værdien og/eller kvaliteten i kunsten og helhedsoplevelsen. I denne

forbindelse kunne Aalborg Symfoniorkester eksempelvis udvide indsigten hos det eksisterende publikum ved, at sammensætte forskellige og/eller nye kunstformer med deres traditionelle koncerter. Endvidere kunne det være en idé, at give dé publikummer, der ønsker det, en mulighed for at beskæftige sig mere dybdegående med en pågældende koncert. Dette kunne eksempelvis gøre ved, at introducere eller skabe et forum, hvori den pågældende koncert kan diskuteres efter koncertens afslutning. Det skal ej heller glemmes, at det eksisterende publikum har en væsentlig indflydelse i form af den viden og omtale, som publikummet kan skabe omkring Aalborg Symfoniorkester. Det er denne segmentgruppe, som kan tale positivt om klassiske koncerter, hvilket er en af de mest effektive måder at inddrage publikum.

Outreach:

Kawashimas begreb *Outreach* er en yderst gavnlig metode i arbejdet med at inddrage et yngre publikum til klassiske koncerter. Inden for området er fokus rettet mod at inddrage ikke-forbrugere til en given aktivitet. Begrebet Outreach handler ifølge Kawashima om et arbejde med at føre aktiviteten til publikummet. For at gøre klassisk musik relevant for ikke-forbrugere skal der derfor tænkes i at føre Aalborg Symfoniorkester mere ud af huset, og udvikle koncerter til forskellige miljøer. Aalborg Symfoniorkester kunne eksempelvis vælge at spille udendørs koncerter, gadekoncerter, hvordan flere ikke-forbrugere, vil blive præsenteret for musikken. Der kunne også tænkes i at skabe koncerter kombineret med såkaldte "happenings", for at skabe en spontan, overraskelseseffekt.

Adgang til information vedr. klassiske koncerter:

En anden afgørende faktor inden for publikumsudvikling for Aalborg Symfoniorkester kan være, at skabe en mere let-tilgængelig adgang til informationer vedrørende klassiske koncerter. En af informanterne italesatte, hvordan hun ikke kunne finde informationer vedrørende den pågældende koncert. Informanten havde ledt efter informationerne på Musikkens Hus' facebookside, hvorfor ingen informationer om koncerten fremgik. Aalborg Symfoniorkester har udelukkende information vedrørende koncerterne på deres egne sociale platforme, på trods af det faktum, at koncerten foregår i Musikkens Hus. Det kunne i et videre arbejde med publikumsudvikling undersøges, hvorvidt der kunne etableres et bredere markedsføringssamarbejde

mellem Musikkens Hus og Aalborg Symfoniorkester. På denne måde ville et langt bredere publikum blive præsenteret for forskellige koncerter.

Der kan også ses på, hvordan Aalborg Symfoniorkester fremlægger deres hovedinformationer om en koncert, sammenlignet med andre symfoniorkestre. Østergård var i 2016 i praktik hos Tivoli Symfoniorkester i København. Dette år valgte Tivoli Symfoniorkester at markedsføre deres koncerter, ved at samle disse i ti forskellige klassiske spor eller temaer. Sporene gik under navnene: "PÅ TOUR, STORE STEMME", "KAMMER", "UPCOMING", "CON AMORE", "SOMMERSYMFONI", "I CENTRUM", "SOLO", "PÅ PLÆNEN" og "SPECIAL". Eksempelvis rummede titlen "PÅ TOUR" internationale symfoniorkestre som turnerede rundt i verden på det pågældende tidspunkt. Koncert-titlen "STORE STEMME" rummede koncerter, hvori sang var fokusområde (Østergård, 2016, s. 5). Maria Frej er programchef for den klassiske musik i Tivoli. Hun har bl.a. været med til at udvikle koncerterne i spor. Hun forklarer følgende i et interview vedrørende sporene:

"Det som vi gør nu, er at arbejde mere bevidst segmenteret. Hvis du kigger på de tidligere programmer, så har det været kronologisk orienteret, der har været forskellige slags koncerter, som ikke har haft nogen særlig overskrift, som indikerede hvilket publikum, det var ment til. (...) I år (red.) er der noget der hedder STORE STEMME, så dem der kan lide opera, med det samme kan se: her er noget for mig!, osv." (ibid. S. 6).

I sommeren 2018 fremgik spor-opdelingerne dog ikke længere i deres program, hvorfor vi spurgte Frej, hvad grunden til dette var. Hertil svarede hun, at det var grundet pladsmangel på deres markedsføringsplatforme: *"Men ellers arbejder vi stadig målrettet med spor/serier."*(Frej, 2018).

På Aalborg Symfoniorkesters hjemmeside fremgår deres koncertprogram for sæsonen. Eksempler på navnene på nærværende koncerter er: "Fremtiden Dirigent" d. 20. juni 2018, "Det Tabte Land - Koncert" d. 29. juni 2018, "Promenadekoncert" - d. 30. august 2018 og "Åbningskoncert" - d. 6. september 2018 (Aalborg Symfoniorkester, b). Som det kan fremgå, er der ikke meget information i titlerne på koncerterne. Den lave

tilgængelighed, og manglede overblik kan gøre det sværere for et nyt publikum, at spotte dén eller dé koncerter, som de ellers kunne finde interesse i. Aalborg Symfoniorkester kunne derfor med fordel finde inspiration i Tivoli Symfoniorkesters opsætning af koncerter, for på den måde, at hjælpe deres publikum samt vores udarbejdede segmenter, på en lettilgængelig måde, at udvælge dé koncerter, som kan findes relevante hos den enkelte. Det skaber derudover også overblik over koncertudbuddet, og der kan således arbejdes mere koncentreret og fokuseret, med at gøre de enkelte koncerter relevante for dé målgrupper, der ønskes inddraget.

10. Konklusion

Formålet med dette speciale har været at undersøge, hvordan der kan arbejdes med publikumsudvikling i forbindelse med klassiske koncerter, med fokus på Aalborg Symfoniorkester og aldersgruppen 15 til 19-årige. Gennem casestudier af to udvalgte klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester har vi undersøgt, hvordan aldersgruppen opfatter klassisk musik. Med udgangspunkt i et tidligere udarbejdet pilotprojekt, med samme aldersgruppe til en klassisk koncert med Aalborg Symfoniorkester, fandt vi ud af, at informanternes forforståelse af klassisk musik spiller en væsentlig rolle i deres opfattelse af klassiske koncerter. I specialet valgte vi derfor at gå i dybden med de 15 til 19-åriges forforståelse af klassisk musik som en barriere for publikumsudvikling. I analysen i specialet udledte vi flere forskellige barrierer for deltagelse i klassiske koncerter. Disse barrierer blev holdt op imod specialets teori i diskussionsafsnittet.

Vi har i specialet anvendt en sociologisk fremgangsmåde og metode for at forstå de sociale relationer, der finder sted i målgruppen, samt aldersgruppens musikpræferencer, vaner m.v. Heri har de sociologiske kernebegreber *normalitet* og *afvigelse* bidraget til at skabe en øget indsigt i arbejdet med publikumsudvikling, da arbejdet både består i at bevare og tilfredsstille det eksisterende publikum til klassiske koncerter samt udvikle på koncerterne for at tiltrække nye publikummer.

Indledningsvis blev der i specialet fremlagt baggrundsviden omhandlende Aalborg Symfoniorkester. Endvidere blev der inddraget forskellige perspektiver på begrebet publikumsudvikling. Her tog vi især udgangspunkt i Louise Ejgod Hansens fremstilling af publikumsudvikling, med særligt fokus på de barrierer, der kan ligge til grund for, at nogle vælger ikke at deltage i kulturelle aktiviteter. Selve casestudiet blev udarbejdet via kvalitative spørgeskemaer og interviews før og efter hver af koncerterne. Disse udarbejdede vi med udgangspunkt i henholdsvis Steiner Kvale og Svend Brinkmann samt Merete Watt Boolsen og Gitte Lindermanns indgangsvinkler til at udarbejde og anvende interview- og spørgeskemaer. I analysen blev de væsentligste observationer og besvarelser fra informanterne inddraget og systematiseret. Sociolog Pierre Bourdieus forskning vedrørende struktur-/aktørperspektivet blev anvendt til at belyse og diskutere analysens resultater. I specialet blev struktur-/aktørperspektivet sammenknyttet via Bourdieus kernebegreb habitus. Habitusbegrebet skabte en

forståelse for aldersgruppen som medskabere og på samme tid underlagte af bestemte strukturer i samfundet. I afsnittet om publikumsudvikling blev det bl.a. tydeliggjort, hvordan det for kulturinstitutioner er vigtigt at være bevidste om, hvilket publikum de henvender sig til samt ønsker at inddrage. I forhold til specialets fokusområde på de 15 til 19-åriges oplevelse af klassisk musik, var det især anvendeligt at belyse gruppens aldersmæssige kategorisering i samfundet som *de unge*. Specialet indeholder derfor et afsnit vedrørende ungdommen som begreb, hvori forskellige perspektiver på ungdom fremstilles. Heri blev ungdomsbegrebet bl.a. anskuet af Bourdieu og Charlotte Rørdam Larsen som et socialt konstrueret fænomen, mens ungdomsbegrebet af kulturinstitutioner ofte anskues ud fra aldersmæssige afgrænsninger. I specialet blev der yderligere inddraget teori vedrørende lyttemåder. Lars Ole Bonde fremlagde i denne forbindelse bl.a. at kombination af forskellige lyttemåder, samt forståelse for lytternes habitus, kan bidrage til at skabe den bedst mulige oplevelse af musik for lytteren.

Gennem arbejdet med publikumsudvikling til klassiske koncerter med Aalborg Symfoniorkester inden for aldersgruppen 15 til 19-årige har det vist sig, at det er vigtigt at først og fremmest at kende til de forskellige barrierer, der står i vejen for aldersgruppens deltagelse i klassiske koncerter. I diskussionsafsnittet blev de væsentligste barrierer derfor fremlagt. Som tidligere nævnt kan forforståelsen af klassiske koncertoplevelser især betegnes som en af de væsentligste barrierer. I specialet blev det klart, at aldersgruppens forforståelse af klassiske koncerter i højere grad præges af, hvorvidt gruppen er blevet introduceret for musikgenren gennem deres netværk. Derudover kan aldersgruppens forforståelse også præges af, hvorvidt de har modtaget undervisning i, eller på anden måde beskæftiget sig med, klassisk musik. Derudover har der i diskussionsafsnittet tegnet sig et billede af, at adgangen til klassisk musik ikke er lige tilgængelig for alle publikummer. Vi kan heraf udlede, at kulturpolitikken vedrørende, at kunsten skal være tilgængelig for alle (jf. "Publikumsudvikling i en historisk kontekst"), til en vis grad ikke var tilfældet for de 15 til 19-årige. Vi fandt frem til, at der i feltet for klassiske koncerter hersker forskellige indlejrede adfærdsmønstre, der for den valgte aldersgruppe virkede ekskluderende. Derudover kan det igennem specialet udledes, at der eksisterer nogle underliggende

konflikter mellem et yngre og ældre publikum. Konflikterne har også indflydelse på, at adgangen til klassiske koncerter kan virke ekskluderende for de 15 til 19-årige.

Ud fra de ovennævnte barrierer blev der i specialet afslutningsvis udarbejdet et produkt i form af en model med titlen "Model til publikumsudvikling hos Aalborg Symfoniorkester - målrettet aldersgruppen 15 til 19-årige".

11. Litteraturliste

Hjemmesider:

Aalborg Symfoniorkester, u.å., a: *Musikchef Jan Kvistborg*, hentet fra:
<https://www.aalborgsymfoni.dk/OM-OS/Musikchef-Jan-Kvistborg> (tilgået 04.04.18)

Aalborg Symfoniorkester, u.å., b: *Koncerter*, hentet fra:
<https://www.aalborgsymfoni.dk/Koncerter> (tilgået d. 29.05.18)

Aalborg Symfoniorkester, 2017: *Vedtægter for den selvejende institution Aalborg Symfoniorkester*, hentet fra:
https://www.aalborgsymfoni.dk/media/ASO_vedtægter_27.02.2017.pdf (tilgået d. 15.05.18)

Aalborg Teater, u.å.: *Rabat til unge*, hentet fra: <https://aalborgteater.dk/ungerabat/> (tilgået 10.05.18)

Den Danske Ordbog, u.å., a: *Publikum*, hentet fra:
<http://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=publikum> (tilgået 10.04.18)

Den Danske Ordbog, u.å., b: *Markedsføring*, hentet fra:
<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=markedsføring> (tilgået d. 26.04.18)

Danmarks Radio, 2013: FAKTA: *Så mange vælger gymnasiet*, hentet fra
<https://www.dr.dk/nyheder/politik/fakta-saa-mange-vaelger-gymnasiet> (tilgået 07.05.18)

Musikkens Hus, u.å., a: *Rafael Payare vol. 1.*, hentet fra:
<https://www.musikkenshus.dk/kalender/rafael-payare-vol-1-2017/> (tilgået 05.05.18)

Musikkens Hus, u.å., b: *Sydeuropæiske Stemninger*, hentet fra:

<https://www.musikkenshus.dk/kalender/sydeuropaeiske-stemninger-2018/> (tilgået d. 05.05.18)

Bøger:

Andersen, Heine & Kaspersen, Lars Bo, 2007: *Klassisk og Moderne Samfundsteori*, København, Hans Reizels Forlag og forfatterne, 4. Udgave, 5. Oplag

Blom Hansen, Martin, Strube, Henrik, Fredensborg, René & Bendix, Karen, 2011: *Landsorkestrene*, København, Dansk Musiker Forbund

Bourdieu, Pierre, 1980/2007: *Den praktiske sans*, Hans Reizel, 1. udgave, 1. oplag

Bourdieu, Pierre, 1986: *The Forms of Capital* i Richardson, John, George: *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood Press

Bourdieu, Pierre, 1995: *Distinksjonen – en sosiologisk kritikk av dømmekraften*, Oslo, Pax Forlag A/S,

Bourdieu, Pierre, 1997: *Hvem skapte skaberne?*, Akademisk Forlag A/S

Bourdieu, Pierre & J. D. Waxquant, Loïc, 2004: *Refleksiv Sociologi*, Hans Reizel, 1. Udgave

Broady, Donald, 1998: *Kapitelbegrebet som uddannelsesociologisk værktøj* "Pædagogik: En grundbog til et fag", København, Hans Reizel

Giddens, Anthony, 1984: *The Constitution of Society - Outline of the Theory of Structuration*, Polity Press, 1. udgave, 5 oplag

Harboe, Thomas, 2006: *Indføring af Samfundsvidenskabelig metode*, Frederiksberg, Forlaget Samfundslitteratur

Haug, Astrid, 2017: *Sådan når du unge på sociale medier – inspiration til virksomheder og organisationer*, København, Astrid Haug Bureau

Jacobsen, Benny, Juul, Søren, Laursen, Erik & Rasborg, Klaus, 2008: *Sociologi og Modernitet*, Forlaget Columbus og forfatterne, 2. Udgave

Kvale, Steiner & Brinkmann, Svend, 2009: *Interview*, Hans Reitzels Forlag, 2. udgave

Schultz Larsen, Ole, 2008/09: *Psykologiens Veje*, Systime, 1. Udgave

Watt Boolsen, Merete & Lindermann, Gitte, 2008: *Spørgeskemaundersøgelser – Fra konstruktion af spørgsmål til analyse af svarene*, København, Hans Reitzels Forlag, Udgave 1

Wilken, Lisanne, 2011: *Bourdieu for begyndere*, Samfundslitteratur, 2. Udgave

Ruud, Even, 2018: *Musik og Identitet*, Universitetsforlaget, 2. udgave

Artikler og rapporter:

Aare, Lars, 2012: "Symfoniorkestre Overlever" i *Nordjyske*, hentet fra: <https://nordjyske.dk/nyheder/symfoniorkestre-overlever/aace1402-095d-49d0-b3f4-b8104179c7fa>(tilgået 25.04.18)

Bech-Danielsen, Anne, 2012: "Den klassiske musik blæser igennem" i *Politiken*, hentet fra: <https://politiken.dk/kultur/musik/art5488596/Den-klassiske-musik-blæser-igennem>(tilgået 15.04.18)

Bonde, Lars Ole & Koudal, Jens Henrik, 2015: "Musik som identitet" i *Kulturstudier*, hentet fra: <https://tidsskrift.dk/fn/article/view/22578/19868>(tilgået 23.04.18)

Gran, Anne-Britt, 2010: "Hva kan publikumsutvikling være? – en helhetlig tilnærming" i
Danielsen, Kristin, artikelsamlingen: *"Om publikumsutvikling"*, Norsk
Publikumsutvikling

Holm, Jacob, 2010: "Derfor er den klassiske musik vigtig" i *Kristeligt Dagblad*, hentet fra:
<https://www.kristeligt-dagblad.dk/kultur/derfor-er-den-klassiske-musik-vigtig>(tilgået
23.04.18)

Kaiser, Jens, 2016: "Musikkrigen i Aarhus" i *Jyllands-posten Aarhus*, hentet fra:
<https://jyllands-posten.dk/aarhus/ECE8531876/musikkrigen-i-aarhus/>(tilgået
17.04.18)

Klie, Allan, 2016: "Det er teatrene, ikke publikum, der svigter" i *Berlingske*, hentet fra:
<https://www.b.dk/kronikker/det-er-teatrene-ikke-publikum-der-svigter>(tilgået
28.03.18)

Magne Mælen, Kjell, 2010: *"Publikumsutviklingens Kjerne"* i artikelsamlingen: Danielsen,
Kristin: *"Om publikumsutvikling"*, Norsk Publikumsutvikling

Müller, Michael, 2014: "Derfor lytter vi til klassisk musik" i *Kristeligt Dagblad*, hentet fra:
<https://www.kristeligt-dagblad.dk/kultur/derfor-lytter-vi-til-klassisk-musik>(tilgået
05.05.18)

Nørbygaard Rasmussen, Jonas, 2012: "Dør den klassiske Musik?" i *Politiken*, hentet fra:
<https://politiken.dk/debat/laeserbreve/art5050501/Dør-den-klassiske-musik>(tilgået
06.05.18)

Prior, Nick, 2013: *Bourdieu and the Sociology of Music Consumption: A Critical
Assessment of Recent Developments*, Blackwell Publishing Ltd

Rasmussen, Palle Damkjær, 1998: "Mangfoldighed eller forenkling i samfundsanalysen"
Aalborg: Institut for Sociale Forhold og Organisation: LEO, Institut for Sociologi, Socialt
Arbejde og Organisation

Ravn Nielsen, Marie & Bay Nielsen, Silas, 2014: "Politikere kritiserer DR's lukning af Underholdningsorkester" i *DR*, hentet fra:

<https://www.dr.dk/nyheder/kultur/musik/politikere-kritiserer-drs-lukning-af-underholdningsorkester>(tilgået 04.04.18)

Ruwald, Malene, 2016: "Nordjydernes kulturforbrug er gået i vejret" i *TV2 Nord*, hentet fra: <https://www.tv2nord.dk/artikel/nordjydernes-kulturforbrug-er-gaaet-i-vejret> (tilgået 06.05.18)

Rørדם Larsen, Charlotte, 2015, side 37-65: "Fortællinger om musik som generations-, tids-, og aldersmarkør" i *Kulturstudier*, hentet fra:

<https://tidsskrift.dk/fn/article/view/22580>(tilgået 13.04.18)

Skotte, Kim, 2004: "Kloge børn hører Mozart" i *Politikken*, hentet fra:

<https://politiken.dk/kultur/art5017005/Kloge-børn-hører-Mozart>(tilgået 24.04.2018)

Statens Kunstråds Musikudvalg, 2010: *Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv*, Rambøll

U.f., 2016: "Online markedsføring hitter, mens mange fysiske medier er under pres" i *Berlingske Business*, hentet fra:

<https://www.business.dk/businessdirect/partnertekst.dk-aps/online-markedsfoering-hitter-mens-mange-fysiske-medier-er-under-pres>(tilgået 01.04.18)

Upublicerede kilder:

Frej, Maria, 2018: Tekstbesked angående spor i "Tivoli Klassisk"

Thorup Nordtorp, Katrine & Østergård, Julia, 2017: *Musikpsykologi Eksamen*, på Aalborg Universitet

Østergård, Julia, 2016: *Sommer Klassisk – Publikumsudvikling i Tivoli*, på Københavns
Universitet