

*KONCERTER OG  
KONCERTHUSE I  
DET MODERNE  
SAMFUND*

*Marianne Simone Herløv Hansen*

*Kandidatspeciale | juni 2019*

## Abstract

The music industry has gone through a substantial transformation since the new millennium began. This is primarily due to the development of digital music distribution and in particular the rising popularity of streaming services, which are either free or at the very least inexpensive for the consumers to use. These factors have forced the industry to rethink its business models, as live music now has become the main source of income for the vast majority of musicians. It might, however, seem strange that industry expects that consumers will continue to purchase (expensive) concert tickets, when they are accustomed to listening to music without paying for it. There have furthermore been built new and expensive concert houses in Denmark throughout the last fifteen years, which have been and still are largely financed by government funds. This raises the questions: why do consumers choose to go to concerts, and what part do concert houses play in the life of the individuals as well as for society in general?

This master's thesis attempts to answer these questions. The thesis is based on a broad theoretical background and a case study of a concert house in the form of Musikkens Hus, which opened in Aalborg in 2014 as well a supplementary qualitative survey created to get an insight in the opinions of actual consumers (both regarding the case of Musikkens Hus and concerts in general) in order to confirm or invalidate the presented theories.

The theory used to answer the questions are not only based in musicology but also in sociology, psychology and neurology as well as performance- and media theory. This includes the works of Niklas Luhmann, Klaus Bruhn-Jensen, Pierre Bourdieu, Nicholas Cook, Simon Frith, Christopher Small, Philip Auslander, Mark Mattern, Erika Fischer-Lichte and Gustave Le Bon among others.

Musikkens Hus is the home of Aalborg's symphonic orchestra and is such a house built primarily for classical music. It does, however, also host a variety of rhythmical concerts and it is furthermore not only a concert house but a general cultural institution, as its facilities also include a department of research and education. This department is the home of Aalborg University's music students as well as the local conservatory.

The modern day concert houses in Denmark are more or less required to be anything but "merely a concert house". They must be medias providing the citizens of the society with entertainment as well as art, and they must represent the musical preferences of as many social classes as possible, in order to create cultural value and prestige to the local society and the individuals living in it. Ideally they bear a considerable cultural value to their society by their ability to attract tourists and visitors in

general from other parts of the country. At the same time, they are also keepers of culture and thus they display a variety of culture representing various places and times in history to those who might be interested in experiencing it.

Based on the theory as well as the statements retrieved from both self-made and gathered surveys, this study found, that although music bears a substantial significance in the general concert experience, the social factors involved are also hugely influential in defining the experience. Concerts are centred around communities and shared experiences, and the individuals can hope to meet likeminded people here – or at least people with interests and values that are similar to their own. The members of the audience are active participants in the concert, and there is a constant ongoing exchange of energy between all involved parties throughout the course of the concert. Here, the audience members experience going from being independent individuals to part of a crowd with all the freedom and feeling of community that comes with it.

All though the various types of mass media have forced the music industry to rethink its business models, the concert ticket sales might actually benefit from the rising popularity of the mass media system, as the concerts seem like more authentic, personal, unique and culturally valuable experiences in contrast.

## Indhold

Indledning .....	5
Metode .....	10
Teori .....	11
Niklas Luhmann – sociale systemer .....	11
Klaus Bruhn-Jensen – grader af medier .....	17
Pierre Bourdieu – kapital .....	19
Nicholas Cook – iscenesættelse af teksten .....	23
Simon Frith – musikere og deres publikum .....	24
Christopher Small – musicking .....	25
Philip Auslander – om medier og autenticitet .....	28
Mark Matern – musik og fællesskaber .....	30
Erika Fischer-Lichte – transformationen af publikum .....	32
Gustave Le Bon – massepsykologi .....	33
Forsøg og videre forskning omhandlende koncertoplevelers virkning .....	35
Delkonklusion .....	37
Brugerundersøgelser .....	39
Brugerne om koncertoplevelser .....	41
Musikkens Hus .....	43
Historie og økonomi .....	43
Beboere .....	46
Arkitektur og kunst .....	48
Koncertsalene .....	49
Målsætninger .....	50
Musikkens Hus som medie .....	50
Beboernes rolle i institutionen .....	52
Musikkens Hus' kulturelle værdi .....	54
Borgernes opfattelse af Musikkens Hus .....	56
Brugerundersøgelse af Musikkens Hus .....	57
Musikkens Hus set i forhold til Aalborgs øvrige spillesteder .....	58
Diskussion .....	60
Konklusion .....	64
Litteratur .....	67
Bøger .....	67
Artikler .....	67
Hjemmesider .....	68
Undersøgelser .....	70
Bilag .....	70

## Indledning

I de sidste tyve år af det 20. århundrede befandt musikindustrien sig i en periode præget af økonomisk medgang. Dette skyldtes tilkomsten af CD'er som det mest udbredte medie til salg af musik. Foruden at købe nyudgivet musik, valgte mange i denne forbindelse også at købe albums, de allerede havde erhvervet som LP'er. CD'ernes digitale datalagring, gav dog med tiden også mulighed for fildeling mellem brugerne på tjenester som Napster, hvilket udgjorde en trussel for industrien, og medførte, at der omkring år 2000 skete et paradigmeskifte i musikindustrien. Hvor det tidligere havde været normen, at salg af indspillet musik fungerede som primær indtægtskilde for musikerne, blev denne forretningsmodel i stigende grad umuliggjort af udbredelsen af digitalt salg og formidling af musik. Dette begyndte så småt at gøre sig gældende ved udbredelsen af det digitale salg via iTunes, men er siden hen i endnu højere grad blevet vanskeligt takket være diverse streamingtjenesters tilkomst og stigende popularitet. Forbrugerne har vænnet sig til ikke at købe musik men at "leje" det, sågar ofte uden direkte at betale for dette, hvilket givetvis er ensbetydende med mindre betaling til musikerne, når forbrugerne indtager deres musik.<sup>1</sup>

Dette har resulteret i, at industrien måtte ændre sine forretningsmodeller. Der bliver i højere grad lagt vægt på at sælge musikere som brands med henblik på bl.a. salg af merchandise, og hvor man tidligere spillede koncerter for at få mulighed for at indspille ny musik, indspiller man nu ofte ny musik med henblik på at kunne komme ud og optræde med det. Således har livemusikken i høj grad overtaget rollen som primær indtjeningskilde for adskillige musikere,<sup>2</sup> da salget i koncertbilletter er steget i takt med det fysiske musiksals tilbagegang.<sup>3</sup> Hertil kan man spørge, hvorfor forbrugerne fortsat er villige til at betale penge for at høre livemusik, når der nu er opstået en kultur om ikke at betale penge for at høre musik i hverdagen?

Koncertsalen muliggør opførelsen af koncerter, og kan tage et utal af former. Hvad der er interessant ved koncertsalen er bl.a., at den historisk set har givet musikken mulighed for at blive en salgbar vare. Før koncertsalens skabelse, har musik været betragtet som en naturlig del af det omkringende

---

<sup>1</sup> DeFillippi, R., Wikström, P.: "Introduction" i *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*, s. 1 - 12. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2017.

<sup>2</sup> Tschmuck, P.: "From record selling to cultural entrepreneurship: the music economy in the digital paradigm shift" i *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*, s. 13 - 32.

<sup>3</sup> Brennan, M.: "Live music history" i *The Sage Handbook of Popular Music*, s. 207 - 227. Red.: Bennet, A., Waksman, S. Thousand Oaks: SAGE Publications Ltd, 2015.

soundscape ved adskillige sociale begivenheder såsom markeder, fester hos aristokratiet og diverse religiøse ritualer, men med koncertsalens introduktion gik musikken fra at være en bagvedliggende selvfølge ved begivenheder til at blive selve begivenheden, folk betalte for at opleve. Denne ændring begyndte så småt i 1600-tallet, hvor de første offentlige koncerter fandt sted i engelske kroer.<sup>4</sup> Betaling for entre til koncerter kan spores tilbage til 1672, men prisen steg for alvor i 1800-tallet, hvor borgerne i bl.a. Storbritannien og USA fik flere finansielle midler, og dermed større interesse i at bruge penge på underholdning. Udviklingen af nye spillesteder gennem de seneste hundrede år skyldes i høj grad ungdomskulturerne gennem årene, der bl.a. har centreret sig om jazzklubber og dansesteder i mellemkrigstiden og flerdages musikfestivaler fra 1950'erne. Igennem 1900-tallet trivedes livesektoren, og koncerter blev i højere grad efterspurgt, mens variationerne mellem de mulige spillesteder blev større, hvilket har medført at koncertsale i dag kan tage former af alt fra den klassiske koncertsal til sportsarenaer, barer, klubber og diverse udendørs pladser.<sup>5</sup>

Koncerthuse eller musikhuse er traditionelt bygget udelukkende for koncerternes skyld. Fælles for flere af disse huse i Danmark er, at de bryder med dette princip, da de ofte rummer adskillige institutioner under samme tag. Herudover danner de ramme om både rytmiske og klassiske koncerter. Til trods for at husene selvsagt er store bygninger, der er omkostningsfulde at opføre, er der inden for de seneste år åbnet flere af disse koncerthuse rundt omkring i landet. Her kan eksempelvis nævnes Alsion i Sønderborg (2007),<sup>6</sup> DR Koncerthuset i København (2009),<sup>7</sup> Musikkens Hus i Aalborg (2014)<sup>8</sup> og Odeon i Odense (2017).<sup>9</sup> Husene bliver antageligvis betragtet som en god investering for de respektive byer, men hvad er det, de kan bidrage med, siden interessen for at bygge koncerthuse tilsyneladende er så stor?

---

<sup>4</sup> Bruhn Jensen, K.: "Lyd som kommunikation – En tværfaglig forskningsoversigt og en dagsorden for medieforskningen i *Mediekultur 40*", s. 5 – 13. 2006.

<sup>5</sup> Brennan, M.: "Live music history" i *The Sage Handbook of Popular Music*, s. 207 - 227

<sup>6</sup> Alsion: "Historien om Alsion": <http://alsion.dk/default1.aspx?id=21> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>7</sup> DR Koncerthuset: "Velkommen til et koncerthus for alle sanser": <https://drkoncerthuset.dk/velkommen-til-et-koncerthusfor-alle-sanser/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>8</sup> Musikkens Hus: "Om Musikkens Hus": <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/profil/om-musikkens-hus/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>9</sup> Odeon: "Om Odeon – Odenses nye musik-, teater- og konferencehus": <https://odeonodense.dk/om-odeon/> (sidst besøgt 02.06.2019)

For at vende tilbage til den enkelte forbruger, kan en del af svaret muligvis findes i ordet ”hverdag”. En koncertoplevelse bliver for størstedelen af forbrugerne antageligvis ikke anset som værende en del af deres hverdag, men som en ekstraordinær begivenhed, der ikke hører hverdagen til.

For adskillige koncertgængere til klassiske koncerter adskiller deres opfattelse om koncertoplevelser som noget, der overskrider hverdagens rammer sig muligvis fra det rytmiske publikums oplevelser. Det ses ofte, at disse koncertgængere har ”sæsonkort” til koncerthuse, således, at de igennem store dele af året kan opleve symfonikoncerter en gang om ugen.<sup>10</sup> På denne måde bliver deres oplevelse af hvad det vil sige at gå til koncert en ”del af rutinen” på samme måde som fodboldtræning, fredagsslik eller det ugentlige søndagsdrama på DR1 er for andre. Hermed må man antage, at disse forbrugere søger noget andet og mere i koncerter, end blot en oplevelse, der adskiller sig fra hverdagens rammer.

For at forstå koncerternes betydning for forbrugerne, skal man muligvis betragte koncerterne som en helhedsoplevelse, der i realiteten ofte ikke handler så meget om den musik, der spilles, men snarere om den sociale oplevelse, en koncert er. Allerede fra købet af billetten til en given koncert, har publikum ikke kun en forventning om at opleve en bestemt kunstners musik, men snarere om en social oplevelse, de vil kunne dele bl.a. med de øvrige publikummer, og vil se tilbage på og tale om længe efter.

En del af den sociale oplevelse, publikum får ved en koncert er antageligvis at blive en del af fællesskaber. Disse kan både inkludere fællesskabet med de øvrige publikummer og en følelse af fællesskab mellem publikum og performer. Alle deltagere i disse fællesskaber reflekterer energi til hinanden, og denne energiudveksling vil sandsynligvis ikke kunne finde sted på samme måde, hvis publikum eksempelvis i stedet sidder i en biografsal og oplever en optagelse af en koncert. Her kan publikum ikke påvirke performancen, mens de optrædende heller ikke kan interagere med publikummerne.

For nogle kan det at tage til en koncert muligvis betragtes som noget, der er væsentligt for deres sociale status samt for at leve op til en given (evt. påtaget) identitet. Det at være i stand til at sige, at man har oplevet en bestemt kunstner *live*, kan give en form for social kapital, og kan være et tegn på status i de rigtige sociale grupper.

---

<sup>10</sup> F.eks. Aalborg Symfoniorkester: ”Billetsalg via Musikkens Hus’ billetkontor”: <https://www.aalborgsymfoni.dk/BILLETSALG/Billetsalg> (sidst besøgt 02.06.2019)

Det enkelte individs identitet kan desuden være mere eller mindre afhængig af koncertoplevelser. Individets selvforståelse, når det kommer til egen identitet, kan ændres gennem hele livet, og kan dermed påvirkes af adskillige faktorer – heriblandt koncertoplevelser. Herudover kan individet have en idé om, at det at tage til bestemte typer af koncerter kan være en væsentlig del af hans/hendes identitet og være nødvendig for at opretholde denne.

Musikkens Hus i Aalborg åbnede i 2014, og er, som nævnt, et af Danmarks nyeste koncerthuse. Huset rummer adskillige typer af koncerter til forskellige publikummer, men er oprindeligt tænkt til at være et hjemsted for Aalborg Symfoniorkester, og hermed primært være et spillested for symfoniske koncerter. Dette har dog ændret sig, og nu rummer huset fire koncertsale til brug ved både klassiske og rytmiske koncerter samt en særskilt uddannelses- og forskningsafdeling, der agerer hjemsted for Aalborg Universitets musik- og musikterapiuddannelser og Det Jyske Musikkonservatorium.<sup>11</sup> Billetpriiserne ved koncerter i Musikkens Hus varierer alt efter typen af koncert, men koster som udgangspunkt et sted imellem 200 og 1.000 kr.,<sup>12</sup> og husets gæster er derfor umiddelbart repræsentative for en type af forbrugere, der vægter det at tage til koncerter højt, og er villige til at bruge mange penge på det. Dermed er det at tage til koncerter i huset antageligvis sjældent noget, gæsterne gør som en ”sidste øjeblikks impuls” i mangel på noget bedre at lave, men derimod en begivenhed, der er planlagt i forvejen, og som de har en forventning til som værende aftenens, ugens, månedens eller måske årets højdepunkt.

Et element, der videre gør Musikkens Hus til en relevant case er, at huset i høj grad er finansieret med offentlige midler samt af diverse virksomheder og private investorer.<sup>13</sup> Hertil kan man spørge, hvorfor det er vigtigt for staten (og for øvrige eksterne sponsorer) at støtte finansielt op om et sådant kulturhus? Dette har antageligvis til dels noget at gøre med den forståelse, vi har af vores egen kultur, og hvad der bør være vigtige værdier at holde fast i for Aalborg eller Danmark generelt for at opretholde samfundets ”identitet”, men ligger der andet og mere bag end dette?

Ser man på de ovenstående afsnit, er der flere umiddelbare tegn på, at musik i realiteten spiller en forholdsvist lille rolle for forbrugerne, i deres valg af at tage til en koncert, men kan det have sin

---

<sup>11</sup> Musikkens Hus: ”Beboerne”: <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/beboerne/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>12</sup> Musikkens Hus: ”Kalender”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>13</sup> Realdania: ”Musikkens Hus i Nordjylland”: <https://realdania.dk/projekter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)



rigtighed? Med udgangspunkt i teori og praksis vil denne afhandling søge at besvare spørgsmålene:  
*Hvorfor vælger borgerne at tage til koncerter, og hvad er koncerthusenes rolle for både samfund og individ anno 2019?*

## Metode

For at forstå koncerternes plads og rolle i det moderne samfund, må man først søge at forstå, hvad det er, der gør koncerter til så særegne oplevelser, at det kan forventes, at moderne borgere fortsat vil investere i livemusik, når nu størstedelen af deres musikindtag kan foretages mere eller mindre gratis. Hvad er det, der gør, at musikindustrien kan stole på koncerter som en vedvarende indtjeningskilde? En del af svaret findes sandsynligvis i fankultur og muligheden for at være tæt på sine idoler og opleve dem ”i levende live”, men det ville være naivt at antage, at dette er den eneste årsag til borgernes fortsatte interesse i koncerter. Ikke alle er lige interesserede i den musik, de hører live, eller er bekendt med de musikere, der optræder på scenen. Denne afhandling vil forsøge at få forståelse af, hvilke øvrige faktorer, der spiller ind i individets interesse i koncertoplevelsen som fænomen.

Såfremt koncerter skal kunne finde sted, skal der eksistere faciliteter, hvor de kan opføres. I de seneste år er der, som nævnt, blevet bygget nye og omkostningsfulde koncerthuse i flere danske byer. Disse koncerthuse er som udgangspunkt i nogen eller høj grad offentligt finansierede, og modtager store offentlige midler årligt fra både stat og kommuner. Dette til trods for, at der i flere af byerne allerede eksisterer koncertfaciliteter, og bebyggelse af de nye og omkostningsfulde koncerthuse således principielt er unødvendige. Denne afhandling vil derfor undersøge motivationen for investering i sådanne huse.

Begge ovennævnte emner vil blive behandlet på et sammensat teorigrundlag fortrinsvist med udgangspunkt i ikke kun musikvidenskab, men også sociologi, performanceteori, medieteori, neurologi og psykologi. Teorierne bliver, i den udstrækning det er relevant, gennemgået og udredt i relation til emnet.

Hvad teoretikere mener, er selvsagt ikke uden grundlag, og kan derfor give svar på meget. Teori og praksis kan dog til tider afvige fra hinanden, og derfor vil denne opgave også inkludere et praktisk eksempel på et koncerthus i form af Musikkens Hus i Aalborg. Huset besidder ikke kun en koncerthusdel, men også en uddannelses- og forskningsdel, hvis implementering i huset har været altafgørende for realisering af projektet. Derfor vil Musikkens Hus ikke kun blive betragtet som et koncerthus men som en musikinstitution som helhed. Arbejdet med huset vil bl.a. foregå gennem en kortlægning af husets historie, faciliteter og beboere. Herudover vil det blive sammenholdt med noget af teorien samt statistikker og analyser over de fem år, der er passeret siden husets åbning. Alt dette vil blive gjort med henblik på at undersøge Musikkens Hus som institution, samt hvilken indflydelse huset har haft på lokalsamfundet og dets borgere.

Slutteligt vil afhandlingen også indeholde en brugerundersøgelse (foretaget som et spørgeskema) rettet mod brugere af Musikkens Hus og koncertgængere generelt. Dette vil til dels blive gjort for at få et indblik i, hvad borgerne selv mener, er vigtigt for dem, når de tager til koncerter. Herudover kan undersøgelsen også give indblik i den offentlige holdning til Musikkens Hus og dets muligheder og begrænsninger, samt dets rolle i Aalborg. Undersøgelsen skal ikke betragtes som en bærende del af afhandlingen, men som et supplement til afhandlingens øvrige elementer, foretaget i et forsøg på at forstå, i hvilket omfang virkelighed og teori hænger sammen.

## Teori

De følgende afsnit vil belyse teori inddraget fra flere vidensområder, og deres relation til koncerthuse eller koncerter generelt.

### Niklas Luhmann – sociale systemer

Skal man forsøge at forstå, hvorfor eksistensen af koncerthuse er vigtig at fastholde for samfundet, må man først forsøge forstå, hvordan samfundet hænger sammen. Dette kan synes uoverkommeligt, da et samfund består af uoverskueligt mange komponenter. En af dem, der alligevel har forsøgt at sætte ord på, hvordan det moderne samfund er sat sammen, er den tyske sociolog Niklas Luhmann. Hans arbejde med emnet har bl.a. resulteret i en systemteori, som første gang præsenteredes i bogen *Sociale Systemer* fra 1984, der betragtes som hans hovedværk.<sup>14</sup>

Ifølge systemteorien består det moderne samfund af et utal af sociale systemer, der konstant er i arbejde sideløbende med hinanden. Disse systemer inkluderer eksempelvis det politiske system, det videnskabelige system, det økonomiske system og det juridiske system for blot at nævne nogle få af de eksisterende systemer. Det enkelte system er opstået som resultat af en produktiv differentiering i samfundet. Eksempelvis har opfindelsen af penge ført til behovet for et økonomisk system. Fælles for alle systemerne er, at de hele tiden udvikler sig efter nogle ensartede principper. Et af disse principper er, at hvert system er organiseret omkring en bestemt kode.<sup>15</sup> Et systems kode er udtryk for den måde, hvorpå et system opererer og forholder sig til omverdenen. Det økonomiske systems

---

<sup>14</sup> Gyldendal: Den store danske: "Niklas Luhmann":

[http://denstoredanske.dk/Samfund, jura og politik/Jura/Juridiske biografier/Niklas Luhmann](http://denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Jura/Juridiske_biografier/Niklas_Luhmann) (sidst besøgt. 02.06.2019)

<sup>15</sup> Luhmann, N.: "Kodning" i *Massemediernes Realitet*, s. 25 – 35. København: Hans Reitzels forlag, 2002.

kode er +/- overskud, det videnskabeliges er +/- sandhed, det juridiskes er +/- ret og det politiskes er +/- magt. Når koderne er skrevet på denne måde skal det forstås som, at de er binære således, at systemet orienterer sig imod ”noget” (eksempelvis ret) og definerer sig negativt imod ”nogets modsætning” (eksempelvis uret). Systemet vil altså altid bestræbe sig på at opnå kodens positive side. For at opnå dette udvikler systemerne specifikke midler, der er skabt med dette mål for øje. Disse midler kaldes også ”programmer”. For de tidligere omtalte sociale systemer har disse programmer eksempelvis taget form af teorier og metoder for det videnskabelige system, budgetter og regnskabsteknikker for det økonomiske og partier og programmer for det politiske.<sup>16</sup>

I 1996 udgav Luhmann bogen *Massemediernes Realitet*, hvori han specifikt beskæftiger sig med massemediernes system. Han definerer massemedier som værende indretninger i samfundet, der benytter tekniske virkemidler til at kommunikere med en bred befolkning. Mediernes mål er hermed at iagttage og viderefremme. Betegnelsen inkluderer bl.a. tv, radio, film, aviser, bøger og magasiner. En afgørende kvalitet, der adskiller massemedier fra andre former for medier, er at der hos massemedier ikke er nogen mulighed for kontakt imellem afsender (mediet) og modtager (brugeren), hvorfor massemedier har en større kontrol over deres indhold end de fleste øvrige medier. De enkelte medier organiserer sig selv, og besidder deres egne realitetskonstruktioner, hvorpå de baserer det indhold, de formidler til deres brugere. De udgør et autopoietisk (selvskabende og selvopretholdende) og operativt lukket system. Brugere spiller dog også en central rolle i massemediernes valg af indhold, da medierne er nødt til at tilrettelægge indholdet således, at det stemmer overens med brugernes forventninger til de enkelte medier. Ellers vil det på sigt være vanskeligt for medierne at fastholde deres interesse og opmærksomhed.<sup>17</sup>

Et system vil aldrig kunne forholde sig fuldstændig objektivt til omverdenen, men opererer derimod altid inden for systemets egen konstruerede realitet. For at massemediene kan virke troværdige, er det en del af deres opgave at konstruere ikke kun én, men to realiteter. Dette indebærer en ”første realitet” (mediernes egen realitet) og en ”anden realitet” eller ”iagttaget realitet”, som er forskellig fra den primære realitet. Mens den sekundære realitet forsøger at tage udgangspunkt alene i omverdenen, tager den primære realitet udgangspunkt i de kognitive operationer, der finder sted hos mediet. På denne måde danner de to realiteter grundlag for selvreference og fremmedreference i

---

<sup>16</sup> Eskjær, M. F.: ”Fra Massemedier til Mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning” i *Mediekultur* nr. 49, s. 11 - 25. SMID, 2010.

<sup>17</sup> Luhmann, ”Uddifferentiering som fordobling af realiteten” i *Massemediernes Realitet*, s. 9 - 18

mediets operationer og formidling af dets iagttagelser.<sup>18</sup> Dette gør sig gældende for alle sociale systemer, og det forhindrer dem i at være afskåret fra omverdenen (selv hvis systemerne er operativt lukkede). For massemediene kommer systemets fremmedreference til udtryk i temaer. Disse temaer kan tage mange former (eksempelvis terror, dyrevelfærd, krig, klimaforandringer osv.), men fælles for dem er, at de ikke er produceret af systemet selv. Hvilke temaer der tages op, og hvorledes de behandles er op til medierne selv, og foregår inden for mediernes kommunikation, operationer og præmisser. På denne måde baner temaerne vej for en løbende afstemning mellem selv- og fremmedreference.<sup>19</sup>

Den produktive differentiering i samfundet, der har medført skabelsen af massemediesystemet, er opfindelsen af udbredelsesteknologier. Luhmann nævner bogtrykkeriet som eksempel på dette. Hvor skrift oprindeligt primært har fungeret som hukommelsesstøtte, har bogtrykkeriet muliggjort en udbredelse af en skriftlig arv og ændret skriftens kommunikative muligheder således, at alle kommunikationsdeltageres tilstedeværelse i et fælles kommunikativt rum ikke længere er nødvendige for, at kommunikationen kan finde sted. Ligesom de øvrige sociale systemer, er også massemediesystemet bygget op om en kode, som det tager udgangspunkt i, i alle dets operationer. Denne kode hedder +/-information. Systemet vil altid bestræbe sig på at videregive information til samfundet. Det vanskelige ved denne kode er, at tiden udgør et stort problem for koden, da information ikke kan gentages uden, at den mister sin værdi, hvilket er unikt for massemediesystemets kode (eksempelvis i det politiske system vil det, der er magt i dag sandsynligvis også være det i morgen). Når informationen gentages til den enkelte bruger, får den øjeblikkeligt status af ikke-information, da den nu netop ikke er andet end en gentagelse. Dette er i høj grad medvirkende til at gøre massemediernes arbejde svært, da de konstant skal afdække og generere ny information, og skal være de første til at offentliggøre den information, de finder (uden at nedskære på den tid det tager at verificere information, da de ellers risikerer at miste deres troværdighed).

For at gøre arbejdet med at iagttage og kommunikere information nemmere, har massemediesystemet (ligesom de øvrige sociale systemer) opfundet nogle forskellige programmer. Disse danner hver især rammen om specifikke regler for, hvad der er væsentlig information for det givne program, således at information ikke bliver vægtet ens for forskellige typer af programmer. Hvad der er vigtig information i et modemagasin vil eksempelvis ikke være vigtig information i en nyhedsudsendelse. Hvert program har således ud fra dets specifikke operationer og historiske normer for-selekteret,

---

<sup>18</sup> Luhmann, "Uddifferentiering som fordobling af realiteten" i *Massemediernes Realitet*, s. 9 - 18

<sup>19</sup> Luhmann, "Selvreference og fremmedreference" i *Massemediernes Realitet*, s. 19 - 24

hvilke kategorier af information, der er vigtige for dem, og udvælger hvilke informationer, de ønsker at videregive ud fra denne selektion. Ifølge Luhmann findes der tre overordnede programtyper på tværs af alle medier: nyheder, reklame og underholdning. Mens nyheder og reklame begge åbenlyst kommunikerer information, kan det synes sværere at se forbindelsen mellem underholdning og informationskoden med mindre der er tale om underholdning i form af f.eks. ugeblade, magasiner og dokumentarprogrammer; altså informationstilegnelse som underholdning i sig selv. Denne forbindelse findes ikke nødvendigvis i en direkte formidling af information men snarere i skabelsen af et behov for yderligere information (hvad vil der ske i næste episode af en tv-serie? Får de elskende hinanden i slutningen af filmen? Osv.). Ved indtagelse af underholdning ophæves en usikkerhed og spænding hos brugeren, der til dels er skabt af mediet og til dels af forbrugeren selv. Underholdningsproduktet er skabt af mediets regler og normer, og det kreerer ofte sin egen information. Dets hovedvægt vil altid ligge på selvreference frem for fremmedreference (meget modsat især nyheds- men også reklameprogrammer).<sup>20</sup>

Massemediernes system spiller, ifølge Luhmann, en ekstremt central rolle i det moderne samfund. I hans mening er nogle af de mest centrale motiver i den moderne borgers liv at få ny information og at få ”fresh money” (erstatte de penge, der er blevet brugt med nye penge). Massemediernes står klar til at opfylde brugerens behov for ny information, men det er samtidig også et behov, medierne selv har skabt. De distribueres så bredt, at de informationer, de formidler, ofte bliver betragtet som mere eller mindre almen viden. Dermed vil borgerne oftest gøre en indsats for at opsøge og tage del i informationerne for at forblive oplyste, og undgå at stå udenfor pga. uvidenhed. Massemediernes sørger for, at samfundet forbliver ”vågent” og opsøgende. Den evige jagt på information, som massemediernes medfører, skaber en uro og irritabilitet i samfundet, der aldrig bliver helt forløst, men kan mildnes ved viden om, at det altid er muligt at finde mere information. Hvad massemediernes kan bidrage med foruden direkte information, er at de kan danne ramme om en fælles social virkelighed i samfundet, da de kan foretage en massekommunikation, der potentielt set kan nå hele samfundet (både på nationalt og i nogle tilfælde globalt plan).<sup>21</sup> En anden årsag til massemediernes centrale rolle i samfundet, er at de er tæt knyttet til flere af de andre sociale systemer. Hvor alle typer af programmer i realiteten har mulighed for at være knyttet til flere systemer, ses det ofte, at nyhederne er knyttet til det politiske system, reklame er tilknyttet det økonomiske, og underholdning er som udgangspunkt

---

<sup>20</sup> Eskjær, M. F.: *Fra Massemedier til Mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning*

<sup>21</sup> Luhmann, N.: *Kodning* i *Massemediernes Realitet*, s. 25 – 35.

bundet sammen med kunstens system.<sup>22</sup> Herudover er massemediernes programmer også relevante for det moderne individ af forskellige årsager. Mens nyheder appellerer til kognitiv interesse, er reklamer relevante for nytte- og behovskalkulation, og underholdning taler til individualiseringshorisonten. Via disse tilknytninger til både sociale systemer og individ har massemedierne opnået en rolle som omdrejningspunkt for samfundet, da de agerer gennemgangsstation for social iagttagelse såvel som individualitetsforhandling.<sup>23</sup>

Det bør nævnes at i årene efter udgivelsen af Luhmanns bog, har massemediernes rolle i samfundet delvist skiftet karakter. Med dette menes, at internettets udbredelse er steget drastisk siden 1996, og at det nu muligvis er det største massemedie på global skala.<sup>24</sup> Internettets stigende popularitet har antageligvis banet vej for en endnu mere central placering af massemedierne end tidligere, samtidig med, at det er en trussel mod de øvrige medier, da det er tilgængeligt døgnet rundt, og giver forbrugeren mulighed for selv at opsøge specifik viden om mere eller mindre alle emner. Der er blevet større kamp om forbrugernes opmærksomhed. Derfor ser man ofte de øvrige medier forsøge at tilpasse sig ved også at være tilgængelige på internettet (f.eks. udbydes der både net-tv, net-radio og digitale aviser).

Internettet besidder en mulighed for tosidet og flersidet kommunikation, der ikke tidligere har været tilgængelig for massemedierne, da modtagerne (brugerne) her ofte kan kommentere direkte på afsenderens (mediernes) indhold. Samtidig har brugerne også selv mulighed for at kreere eget indhold på adskillige hjemmesider, såfremt de besidder et minimalt kendskab til internettets operationer. Dette er selvsagt fordelagtigt for disse brugere, mens det er en ulempe for andre, da det gør det sværere for dem at skelne mellem sand og usand information. Herudover kan internettet og dets muligheder påvirke individualitetsforhandlingen for brugerne, da de her kan skabe et eller flere virtuelle alteregoer bl.a. ved at lave såkaldte ”avatars” eller opbygge personaer på sociale medier, der ikke er realistiske repræsentationer af dem selv.

Ifølge Luhmanns egen definition falder koncerthuse ikke ind under betegnelsen ”massemedier”, da massemedier pr definition ikke kan indeholde mulighed for kontakt mellem afsender og modtager, hvilket ikke gør sig gældende for koncerthuse. Herudover er koncerthusene som udgangspunkt ikke

---

<sup>22</sup> Eskjær, M. F.: *Fra Massemedier til Mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning*

<sup>23</sup> Eskjær, M. F.: *Fra Massemedier til Mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning*

<sup>24</sup> Globalis: *”Andel af individer, som bruger internettet”*: <https://www.globalis.dk/Statistik/Internetbrugere> (sidst besøgt 02.06.2019)

afhængige af tekniske midler til at udbrede kommunikation, og de er heller ikke nødvendigvis alment tilgængelige på samme niveau som reelle massemedier.<sup>25</sup> Dette er dog ikke ensbetydende med, at de er udelukket af mediernes system, da denne type bygninger netop falder ind under mediesystemet, under hvilket massemedierne i realiteten blot er en af flere subgenrer. Derfor passer størstedelen af de principper, der gør sig gældende for massemedier også på koncerthusene. Det ville være forståeligt men alligevel fejlagtigt at antage, at koncerthuse hører under kunstens system. Mens den musik, der optrædes med i koncerthusene hører under dette system, er husene i sig selv som udgangspunkt ikke producenter af kunst, men derimod medier til udstilling og formidling af det.

Koncerthuse hører ind under den mediekategori, der hedder underholdning, og de er således ikke direkte formidlere af ny information, men bestræber sig på at få brugerne til at søge yderligere information. De forsøger at holde borgerne nysgerrige og ”vågne”. Husene giver mulighed for enten vedligeholdelse eller opdagelse af en kunstnerisk interesse. De agerer hjemsted for kunst, og kunsten, der udspiller sig der, kan potentielt set lære brugerne noget nyt om verden eller sig selv. Koncerthusene er bygget på en præmis, der lyder, at koncerter er ekstraordinære, vanedannende oplevelser, hvis lige, der er svært at finde andre steder. Dermed genererer de et behov for deres egen eksistens i samfundet, da deres mål er at give deres gæster lysten til at vende tilbage og opleve flere koncerter. Som nævnt tiltaler underholdning borgernes individualiseringshorisont. Musikalske præferencer er for mange moderne borgere en del af deres sociale identitet, og koncerthusene giver dem mulighed for at dele deres musikalske oplevelser med venner, familie og øvrige, der har tilsvarende interesser. Herudover giver de mulighed for at den enkelte borger kan opleve og udforske ny musik, der falder inden for hans/hendes præferenceområde eller opdage en glæde ved helt andre typer af musik, og dermed lære mere om sig selv.

Der er flere forskelle på massemedierne og koncerthusene som medie. Massemedierne kan utvivlsomt ramme en bredere befolkning, og optager som bekendt en central plads i samfundet, ifølge Luhmann. Koncerthusene besidder dog mange af de samme kvaliteter, som nogle typer af massemedier, mens de samtidig har kvaliteter, der på mange måder gør dem mindst lige så vigtige i borgernes hverdag. En af de mest åbenlyse kvaliteter er, at koncerthusene som udgangspunkt er tættere på brugerne end massemedierne. Hvor massemedier oftest har en fysisk distance fra deres brugere, er koncerthusene enten direkte i brugernes lokalsamfund eller inden for en rimelig afstand. Dermed kan brugerne lettere udvikle et nært forhold til husene, og ved at benytte dem, støtter de op om deres lokalsamfund. De bliver ofte betragtet som nogle af de bygninger, der kendetegner de byer, de ligger i, og kan dermed

---

<sup>25</sup> Luhmann, ”Uddifferentiering som fordobling af realiteten” i *Massemediernes Realitet*, s. 9 - 18



skabe interesse om byerne og åbne op for muligheden for turisme, hvilket kan gavne utallige andre virksomheder i byerne, og dermed borgerne selv. Foruden bygningernes fysiske nærhed, kan koncerthusene også give en anden form for nærhed, da de lægger hus til oplevelser, der potentielt set kan berøre brugerne mere personligt end, hvad massemedierne kan. Når samfundets borgere går til en koncert i et koncerthus, tager de hele oplevelsen ind på førstehånd. De er til stede fysisk, og oplever koncerten ”umanipuleret”, uden at et eksternt medie har udvalgt vigtige vinkler og øjeblikke, og redigeret oplevelsen til at passe til mediets realitet. Dermed undgår de en skepsis over for musikernes dygtighed såvel som den generelle kvalitet af koncertoplevelsen. Til trods for, at oplevelsen er mere autentisk end massemedieoplevelser, bør det dog nævnes, at den ikke er helt manipuleret, idet faktorer som eksempelvis guitarpedaler eller autotune kan påvirke lyden, mens akustikken i nogle koncertsale (f.eks. dem i Musikkens Hus) kan reguleres med vægtæpper.<sup>26</sup>

Koncertgængerne er mere direkte involveret i oplevelsen, end massemediernes publikum, da de oplever koncerten, mens den finder sted, og derfor har muligheden for at interagere med de øvrige publikummer, med personalet og om ikke andet få en følelse af interaktion og fælles oplevelse med de optrædende musikere. Samtidig er koncerthusenes omdømme som værende mere nærværende, personlige og derved pålidelige kilder til kunst end massemedierne, ikke ensbetydende med, at husene ikke forholder sig til omverdenen. De fleste koncerthuse bestræber sig antageligvis på i videst muligt omfang at lave et program, der på den ene side er relevant og aktuelt for samfundets borgere og deres nuværende interesser, og på den anden side bibeholder noget af nationens (eller den øvrige verdens) kulturarv. De må ramme alle passende aspekter af musikkulturen. Herudover må husene være fremsynede i deres programlægning således, at de potentielt set kan guide deres gæster hen imod fremtidens musik. På denne måde kan de både uddanne deres gæster i kultur, og holde fast i deres interesse og dermed sikre billetsalget.

#### Klaus Bruhn Jensen – grader af medier

Koncerthusets rolle som medie er, at det skal underholde dets brugere gennem musik, og dermed aktivere deres nysgerrighed. Uden musik ville husenes eksistens være meningsløs. Koncerthusene er dog ikke de eneste medier, der har til formål at levere musik, og konkurrencen om forbrugernes

---

<sup>26</sup> Klassisk: ”Anmeldelse: Musikkens Hus – Nordjydernes egen koncertsal”:

<https://klassisk.org/artikel/anmeldelse-musikkens-husnordjydernes-egen-koncertsal/> (sidst besøgt 02.06.2019)

opmærksom inden for feltet, er kun blevet større i takt med massemediernes stigende rolle og især internettets udbredelse i samfundets borgeres liv.

Medieforsker Klaus Bruhn Jensen omtaler de forskellige typer af mediers karaktertræk i sin artikel *Lyd som kommunikation – En tværfaglig forskningsoversigt og en dagsorden for medieforskningen* (2006).<sup>27</sup> Artiklen tager udgangspunkt i lyd og dennes rolle som kommunikativt redskab, samt i dens gradvist voksende udbredelse i det moderne samfunds borgeres liv takket være dens centrale placering i medier, samt dens egenskaber til at være et medie i sig selv. I Bruhn Jensens mening kan alle medier inddeles i tre kategorier: medier af første-, anden- og tredje grad. Medier af første grad er alle biologisk baserede, og formes i forskellige typer af sociale kontekster. Den egenskab, der for alvor adskiller dem fra de øvrige typer af medier er, at afsender og modtager skal befinde sig i samme rum, og at kommunikationen skal foregå her-og-nu, hvormed denne medietype kan eksistere uden brug af teknologiske hjælpemidler. Medier af første grad fylder i de fleste tilfælde mere i borgernes hverdag, end øvrige typer af medier, da disse medier inkluderer al direkte samtale med andre mennesker. Medier af anden grad er teknisk reproducerede medier, hvorfor de har væsentligt større udbredelsesmuligheder end medier af første grad, da de ikke kræver samme tilstedeværelse af modtagerne. Det, medier af anden grad reproducerer, er netop medier af første grad (altså her-og-nu interaktioner). Denne type medier kan tage adskillige former, men inkluderer bl.a. radio, tv, bøger, film og cd'er. Medier af tredje grad er digitale medieformer, og inkluderer bl.a. computere og smartphones og dermed al interaktion med internettet. Denne type af medier har adskillige paralleller til de øvrige grader af medier. Medier af anden grad kan afspilles på medier af tredje grad takket være hjemmesider som Youtube og muligheden for streaming af tv og film såvel som musik og podcasts. Herudover minder medier af tredje grad om førstegradsmedierne, da disse ligeledes giver mulighed for en her-og-nu interaktion med andre mennesker, mens de på den anden side ikke kræver, at afsender og modtager er fysisk tilstede i samme rum.

Koncerthuse eller mere specifikt koncertsale er et eksempel på medier af første grad. Til trods for, at der her ofte benyttes tekniske hjælpemidler (mikrofoner, forstærkere mv.) til formidling af musikken, er der tale om en meget direkte form for kommunikation. Både afsendere og modtagere er ikke kun fysisk til stede, men også mentalt, da alle de involverede parter generelt ikke er fokuserede på andre

---

<sup>27</sup> Bruhn Jensen, K.: "*Lyd som kommunikation – En tværfaglig forskningsoversigt og en dagsorden for medieforskningen*" i *Mediekultur* 40, s. 5 – 13. 2006.

elementer end den kommunikation, der finder sted i salen, og det er endvidere i alles interesse, at denne kommunikation skal forløbe bedst muligt.

Mens medier af anden- og tredje grad har mange alsidige kvaliteter, såsom netop deres evne til at distribuere bredt og skabe kommunikation mellem brugerne på tværs af landegrænser, må vigtigheden af førstegradsmedier ikke overses, da de har en mulighed for at skabe nærvær og besidder en umiddelbar unikhed, som de andre medier ikke kan efterligne. Man kan, som nævnt, optage et førstegradsmedie, men det vil aldrig besidde den samme effekt som at have oplevet det i øjeblikket, på samme måde som billeder og video fra en ferie heller ikke kan sidestilles med at ”have været der selv”. Herudover bærer medier som koncerthusene en stigende vigtighed, da de er det, Bruhn Jensen kalder ”pull-medier”. Det vil sige, at forbrugerne selv skal opsøge koncerthusene, hvis de har lyst. På den modsatte side findes ”push-medier”, der trænger sig ind i borgerens liv uanset om han/hun ønsker det eller ej. Betragter man musikkens (eller generelt lyds) placering i ”push-medier”, indtager den gradvist en større rolle i individets hverdag. Der findes musik i butikker og i gader, der dukker reklamer uanmeldt op på utallige hjemmesider og i tv, og det soundscape borgeren befinder sig i, bliver gradvist tættere og fyldt med mere ufrivillig støj. Netop på grund af mængden af ”push-medier” i de moderne borgeres dagligdag, bliver det antageligvis vigtigere for dem at have mulighed for selv at vælge, hvilken musik, de vil høre og dermed genvinde en følelse af kontrol, hvilket de kan, når de investerer i koncertoplevelser.

### [Pierre Bourdieu – kapital](#)

En anden sociolog, der ikke bør overses, når det kommer til spørgsmålet om koncerthusers rolle i et samfund, er Pierre Bourdieu. Hans teoretiske arbejde er funderet i en grundtanke om, at selvom borgerne ofte har et indtryk af sig selv som værende selvstændige og frie til at træffe beslutninger uden påvirkning af andre, er de i realiteten stærkt påvirket af interne såvel som eksterne faktorer i deres omgivelser. For at forklare hvilke faktorer, der spiller ind i dannelsen af individet og dets adfærdsmønstre og tanker, arbejder Bourdieu med flere nøglebegreber, der netop er designet til at beskrive dette.

Et af disse, er begrebet habitus. Habitus dækker over det miljø, individet befinder sig i, eller har befundet sig i tidligere i livet. Den enkelte borgers miljø, er, ifølge Bourdieu, i høj grad medvirkende til at definere vedkommende som person. Han beskriver en persons habitus som værende ”struktureret og strukturerende struktur”. Begrebet dækker over borgerens fortid og nutid og de faktorer, han/hun indtil nu er blevet udsat for. Dette kan eksempelvis indebære familie, venskaber, uddannelse,

økonomiske vilkår og generelt, hvilke sociale miljøer, vedkommende er blevet udsat for eller har været en del af. Disse faktorer er afgørende for at forme en person og hans/hendes valg og opfattelse af sig selv og omverdenen. Bourdieu er dog ikke af den opfattelse, at mennesker er forprogrammerede af deres respektive habitus. Der er tværtimod også andre faktorer, der determinerer individets tankegang og handlingsmønstre i henhold til sociale praksisser.<sup>28</sup>

En anden væsentlig faktor er individets felt. Feltet dækker over vedkommendes handlingsrammer eller sociale rum. Feltet er dermed ikke fysisk eksisterende, men kan beskrives som en social arena, hvori der gælder visse spilleregler, som individet må holde sig inden for. Denne sociale arena består af en række agenter (dette kan både dreje sig om enkeltpersoner, grupper og institutioner), og alle handlinger er begrænset til at skulle overholde arenaens regler, betingelser og grænser.<sup>29</sup>

Individets rolle i det felt, han/hun befinder sig i, er i høj grad determineret af det, Bourdieu kalder kapital. Begrebet er lånt fra økonomiens verden, og dækker over flere former for valuta, individet kan besidde. Kapital kan tage adskillige former, og kan både udmønte sig i fysiske værdier og i mere abstrakte værdier. Der findes to hovedkategorier inden for kapital: økonomisk og symbolsk. Mens økonomisk kapital er let definerbar og som udgangspunkt tager form af materielle besiddelser, er symbolsk kapital lidt vanskeligere at definere. Denne type af kapital kan bedst beskrives som værende et ikke-fysisk middel til at opnå prestige eller anerkendelse. Symbolsk kapital opnås ved at besidde store mængder af andre former for kapital. Disse andre typer af kapital kan tage adskillige former, men de to væsentligste af formerne er social kapital og kulturel kapital. Social kapital består af alle individets menneskelige og kulturelle relationer, hvilket inkluderer familie, venner, arbejdsforbindelser mm., men også religion og kulturel arv. Kulturel kapital baserer sig hovedsageligt på individets oplevelser og viden, og kan eksempelvis tage form af æstetiske valg, kulturelle præferencer, sprogkundskaber, rejser osv.

Fælles for alle former af symbolsk kapital er, at det er i individets interesse at besidde så meget som muligt af hver type af kapital, da dette giver størst muligt råderum inden for vedkommendes felt. Derfor finder udveksling af kapital konstant sted i det moderne samfund. Økonomisk kapital kan omdannes til andre typer af kapital, da et stort økonomisk råderum giver mulighed for at investere i eksempelvis kulturelt værdifulde oplevelser og genstande såsom koncertbilletter, rejser og kunst. Hvor økonomisk kapital bærer en mere eller mindre universel værdi, har de øvrige former for kapital

---

<sup>28</sup> Maton, K.: "Habitus" i *Pierre Bourdieu – Key Concepts*, s. 48 – 64. Red.: Grenfell, M. Durham: Acumen Publishing, 2012

<sup>29</sup> Thomson, P: "Field" i *Pierre Bourdieu – Key Concepts*, s. 65 – 82.

forskellig værdi alt efter, hvilken social gruppe, individet befinder sig i. Hvor nogle sociale grupper eksempelvis vil vægte det meget højt, hvis et individ har oplevet en koncert i Musikverein i Wien, vil andre tillægge det større værdi, hvis individet har besøgt ungdomshuset i København.<sup>30</sup>

Det er netop kapital, habitus og felt, der, ifølge Bourdieu, ligger til grund for individets handlinger i sociale praksisser. Disse tre faktorer er i konstant samspil med hinanden, og vil altid påvirke individet i alle vedkommendes beslutninger – også selvom han/hun sjældent er klar over det selv.<sup>31</sup>

Skal man tro Bourdieus teori, er hans begreber givetvis relevante for alle institutioner og individer i det moderne samfund, og koncerthusene er ingen undtagelse. Hvad end man betragter husene ud fra individets eller samfundets synspunkt, er deres væsentligste egenskab, ifølge Bourdieu, at de bidrager til kulturel kapital.

For individet er det som nævnt forskelligt, hvor meget kapital et koncerthus kan bidrage med alt efter, hvilken social gruppe vedkommende befinder sig i. Derfor vil man i alle byer med koncerthuse sandsynligvis kunne finde borgere, der ikke har besøgt husene og heller ikke har intentioner om at besøge dem. Det bærer stort set ingen social værdi for dem. Dermed ikke sagt, at koncerthusene ikke har mulighed for overhovedet at bringe kapital for disse individer. Selv for forbrugere, der ikke er kulturelt interesserede, vil anskaffelsen af billetter til (og deltagelse i) en koncert stadig være et tegn på økonomisk kapital, da de færreste koncerter i et koncerthus er gratis, hvorfor sådanne billetkøb viser økonomisk overskud. For disse borgere er den kulturelle værdi dog ikke stor nok i forhold til, hvad de kan opnå for samme finansielle midler, hvis de i stedet investerer i noget, der bærer en reel kulturel værdi for deres sociale gruppe. Det er givetvis i koncerthusenes interesse at kunne symbolisere kulturel signifikans for så stor en del af befolkningen som muligt, hvorfor de fleste koncerthuse ikke kan nøjes med kun at fokusere på en enkelt musikgenre, men helst skal repræsentere et bredere udvalg. For så vidt at koncerthusene lykkes med dette, vil de, ifølge Bourdieu, kunne bidrage med kulturel kapital til stort set alle borgere. Brugere af koncerthuse vil kunne opnå agtelse (både fra deres omgivelser og fra dem selv) ved at kunne sige, at de har været til en specifik koncert, eller ved at sige, at de har regelmæssig gang i et koncerthus. På denne måde, vil de opnå kulturel kapital, og dermed få større råderum i deres respektive felter. Deres sociale status vil blive højnet. For samfundet (hvad end dette menes på lokalt eller nationalt plan) er koncerter på samme måde ensbetydende med ophøjet status. Præmissen her adskiller sig fra individerne, da samfund ikke er en

---

<sup>30</sup> Moore, R.: "Capital" i *Pierre Bourdieu – Key Concepts*, s. 98 – 113.

<sup>31</sup> Maton, K.: "Habitus" i *Pierre Bourdieu – Key Concepts*, s. 48 – 64.

del af en social gruppe på samme måde som individer er det. Samfundets ”sociale gruppe” er andre samfund, og det er i dets interesse at opnå størst mulig kapital inden for samtlige områder. Koncerthusene er også her et tegn på økonomisk kapital, da de er dyre at bygge, og derfor vidner om et stort finansielt råderum i et samfund, hvor alle systemer fungerer (jf. Luhmann). Hvis et samfund ikke har råd til at bygge koncerthuse, kan det tolkes som et tegn på, at samfundet ikke har velfungerede basale systemer (såsom sundheds- og uddannelses tilbud), da disse systemer helst skal fungere, før samfundet bruger økonomiske midler på kulturtilbud. Det ses endvidere ofte, at koncerthusene bærer præg af et ønske om, at de skal være både akustiske og arkitektoniske ”perler”, da et hus der opfylder disse kriterier er et større symbol på økonomisk kapital end et hus, hvor der ikke er lagt vægt på denne type detaljer. Husene kan tilmed bidrage med yderligere økonomisk kapital, hvis turister besøger samfundet for at opleve dem. Foruden økonomisk kapital værner koncerthusene også om den sociale og den kulturelle kapital, da de er symboler på en righoldig kultur, og et ønske om at bevare denne. Herudover er de også symboler på stor viden og forståelse og interesse for omverdenen for så vidt, at de netop fokuserer på at have et bredt program, der ikke kun repræsenterer lokalsamfundet, men også søger at repræsentere andre samfund.

Koncerthusene er ikke de eneste institutioner, der giver mulighed for at opnå kulturel kapital, men de er en af de typer, der genererer mest kapital. Dette skyldes, ifølge Bourdieu, at koncerthusene (modsat de fleste andre typer af spillesteder) som udgangspunkt repræsenterer ”god kultur”. Bourdieu mener, at ”god kultur” historisk set såvel som i dag, er defineret af de højst uddannede og dermed principielt mest intellektuelle i samfundet. Disse intellektuelle har konstrueret et kulturelt hierarki, som alle former for kultur falder ind under. ”God kultur” kan også kaldes finkulturen, og den værdsættes og konsumeres hovedsageligt af både intellektuelle og højere sociale klasser. Dette inkluderer for musikkens vedkommende primært forskellige typer af kunstmusik. Modsat ”god kultur” findes ”dårlig kultur”. Den ”dårlige kultur” er let tilgængelig, let forståelig og kræver ikke meget af lytteren. Den konsumeres i høj grad af lavere sociale lag. Det meste populærmusik falder, ifølge Bourdieu, herunder. ”Dårlig kultur” er også ofte repræsenteret i koncerthuse, der som bekendt søger at favne bredt, men husene er som udgangspunkt bygget til primært at være samlingssteder for ”god kultur” (dette gør sig eksempelvis gældende for Musikkens Hus).<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Bourdieu, P.: ”*The aristocracy of culture*” i *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.

### Nicholas Cook – iscenesættelse af teksten

En anden teoretiker, der tillægger musik og mere specifikt performance af denne, stor kulturel værdi, er Nicholas Cook. I sin artikel *Music as Performance* (2003)<sup>33</sup>, beskæftiger han sig med, hvordan netop musikalsk performance kan være givende for ikke kun at forstå en kultur, men også at forstå musik som helhed.

Cook modsiger sig adskillige musikteoretikere, der udtaler sig om performances, da de ofte mener, at performances bør bearbejdes som reproduktion af teksten (noden, den nedskrevne musik). Såfremt man betragter performances på denne måde, har man, i Cooks mening, overhovedet ikke forstået, hvad musikalsk performance handler om. I stedet bør man betragte en performance som en tekst i sig selv. Det musikalske forlag, der ligger til grund for performanceen bør endvidere betragtes som et manuskript frem for en tekst. Ved at bruge manuskript-betegnelsen, ændres performanceens rolle fra at være en direkte reproduktion af noden til at være koreograferede sociale handlinger, der udspiller sig mellem de optrædende. Betegnelsen af den nedskrevne node som manuskript indikerer, at teoretikeren ikke kun bør analysere den enkelte performance i forhold til dens manuskript, men snarere bør sammenligne den med andre performances, da en performance kan afsløre meget ikke kun om de involverede musikere, men også om den kultur og tid, performanceen finder sted i.

Performance er, ifølge Cook, et socialt fænomen, uanset antallet af optrædende musikere. Netop ordet ”social” spiller en central rolle for hans forståelse af musik, da han mener, at musik er et redskab, der bruges til at udtrykke social mening blandt optrædende musikere. Derfor er performanceanalyse vigtig for den kulturelt orienterede musikvidenskab, hvori man netop ønsker at forstå musik som skaber og formidler af social mening og dermed som et redskab til at forstå samfundet. Når musikere performer, fortæller de en historie igennem deres optræden. Fortællestilen kan potentielt set frembringe en ny mening til manuskriptet, og få tilskuerne til at betragte den musik, de måske har hørt utallige gange før, i et nyt lys. Både den fortalte historie og selve fortællestilen kan variere meget mellem kulturer og tidsaldre, men i høj grad også mellem musikere, såfremt de optrædende musikere formår at gøre det musikalske manuskript til ”deres eget”.

Det bør nævnes, at når Cook omtaler performances og deres vigtighed, er det ikke kun liveoptrædener, han beskriver, men også studieindspilninger, da disse også er valide performances, selvom de ikke finder sted foran et publikum. Disse har herudover også evnen til at agere manuskript for musikernes

---

<sup>33</sup> Cook, N. ”*Music as Performance*” i *The Cultural Study of Music, A Critical Introduction*, s. 204 – 215. Red.: Clayton, M., Herbert, T., Middleton, R. New York: Routledge, 2003.

senere performances samt for andre optrædende, hvilket bl.a. ses ved ”tribute-bands”, der ofte netop bestræber sig på at ramme den specifikke lyd af studieindspilningen.

Koncerthuse er essentielle for bevaring og dokumentation af kultur. De giver musikere mulighed for at fortælle en historie til dem, der ønsker at lytte. Disse historier kan både udfolde sig ved, at musikerne forsøger at holde sig så tro som muligt til en anden kultur eller tid eller, at de ønsker at de ønsker at bidrage med deres egen vinkel. Dermed er koncerthuse ikke kun hjemsteder for underholdning, men også for læring, forståelse og i det hele taget udvidelse af forbrugernes horisonter. Det er netop det, der, ifølge Cook, gør koncerthusene (eller andre typer af steder, der agerer hjem for musikalske optrædener) vigtige at holde fast i.

### Simon Frith – musikere og deres publikum

Til trods for, at alle former for koncerter har fællestræk mellem dem (eksempelvis har de fleste koncerter optrædende musikere, et publikum, en scene eller en tilsvarende platform osv.), findes der adskillige former for koncerttyper, der kan have vidt forskellige udformninger. Derfor ville det være naivt at antage at motivationen for publikums tilstedeværelse ved koncerter er ens på tværs af genrer. En meget firkantet opdeling af de overordnede koncerttyper er rytmiske- og klassiske koncerter.

En af dem, der beskæftiger sig med primært populærmusikalske, rytmiske koncerter, er Simon Frith, der arbejder med emnet i bogen *Performing Rites: On the Value of Popular Music* fra 1998. Noget af det, Frith mener, der er unikt ved denne type af performances, er at kunstneren på scenen her smelter sammen med kunsten i kraft af, at han eller hun påtager sig en scenespecifik persona, og altså tager afstand til sin private identitet. Publikum er, ifølge hans udsagn, ikke interesserede i at se en privatperson (til trods for at nogle måske selv er af den overbevisning), men er interesserede i at opleve en ”stjerne” i levende live – en fysisk personificering af et bestemt, nøje konstrueret image, de kan genkende fra medierne. De ønsker at opleve en person (eller flere), der ikke minder om menneskene i deres dagligdag på nogen måde, og noget af det vigtigste for en given performance er generelt, at den adskiller sig fra og træder uden for hverdagens rum.

Ser man på forholdet mellem publikum og den optrædende, mener Frith, at der her findes en ophøjet kommunikativ intensitet. Publikum oplever en ophøjet følelse af kontrol over situationen (selvom deres kontrol i realiteten sandsynligvis er begrænset), mens kunstneren opnår en større følelse af prestige eller vigtighed. Herudover mener Frith, at et af de mest centrale elementer i enhver populærmusikalsk koncertsituation er den energiudveksling, der finder sted mellem publikum og



kunstner. De to parter får energi fra hinanden, og den energi, den modsatte part udsender kan i høj grad påvirke oplevelsen for alle involverede. Desuden menes, at publikum konstant igennem en koncert aflæser og påvirkes af musikken såvel som den optrædendes kropslighed (blandt andre sanseindtryk). Disse indtryk afspejler publikummerne i sig selv og sine egne følelser, og på denne måde føler de sig tæt knyttet til begivenhederne på scenen, og oplevelsen får hermed større mulighed for at påvirke publikum – også efter, koncerten er forbi.

Hvad en performance herudover kan bidrage med til forbrugerens liv er, ifølge Frith, til dels afhængigt af forbrugeren selv. Dette skyldes delvist, at koncertoplevelsen er en meget subjektiv oplevelse, der afhænger af de associationer, den enkelte publikummer danner, når vedkommende hører musikken/oplever koncerten. Oplever han/hun eksempelvis stor nostalgi eller har stærke minder tilknyttet musikken, vil koncerten givetvis bære en større værdi end ved en publikummer, der måske dårligt nok kender musikken.<sup>34</sup>

#### Christopher Small - musicking

I 1998 udgav Christopher Small bogen *Music and Musicking*, hvori han omtaler, hvor stor en rolle musik (efter hans mening) har i menneskers liv, og i hvor høj grad disse mennesker aktivt deltager i musik på daglig basis. For Small skal ordet ”musik” ikke betragtes som et objekt, men derimod et verbum, der dækker over samtlige handlinger, der involverer musik. I konsekvens heraf har han viderebygget ordet med begrebet ”musicking” (på dansk kan det oversættes til ”musikering”), der ligeledes dækker over denne type handlinger. Ved at afskrive ”musik” som objekt mener han, at musik ikke kan eksistere i sig selv, uden at det bliver performet af nogen og gerne lyttet til af andre. Herunder betragter han ”kommunikation” som værende et nøgleord inden for al musikering, da musik handler om kommunikation, relationer og formidling mellem afsender og modtager. Lytterens primære rolle i denne kommunikation er at give energi til de optrædende musikere. Det udbytte, både lytteren og den optrædende musiker får igen, er i sidste ende glæde. Når Small således betragter musikering som aktive, kommunikative handlinger, baserer han det givetvis på en grundidé om, at alle mennesker er musikalske og i stand til at forstå, hvad musik er.

---

<sup>34</sup> Frith, S.: ”Performance” i *Performing Rites: On the Value of Popular Music*, s. 203 – 225. Cambridge: Harvard University Press, 1998.

Lytning til musik ved en koncert er, ifølge Christopher Smalls begreb, en performance i sig selv (hvilket Simon Frith er enig i), da den er en lige så valid musikalsk handling som optræden med musik, og publikum spiller en væsentlig rolle i en koncertsituation. Hvor Simon Frith arbejder med det populærmusikalske, rytmiske, eksemplificerer Small igennem størstedelen af bogen, sit koncept ved at beskrive en klassisk, symfonisk koncertoplevelse. Dermed ikke sagt, at det ikke kan implementeres i rytmiske koncerter, da det, ifølge Small selv, er relateret til samtlige menneskelige interaktioner med musik.<sup>35</sup>

I Smalls beskrivelse af den symfoniske koncertoplevelse lægger han ud med at beskrive omgivelserne for koncerten som et koncerthus designet til formålet. Huset skiller sig antageligvis ud fra sine omgivelser og har et bemærkelsesværdigt ydre, der bærer præg af adskillige æstetiske overvejelser. Allerede når publikummerne træder ind i foyeren, bliver de transporteret til et rum, der ikke relaterer sig til dagligdagen, og dette bliver blot tydeliggjort yderligere, når de bevæger sig ind i selve salen, der oftest afspejler en dekadence eller en stræben efter skønhed, der er noget nær umulig at genkende fra ”den grå hverdag”. Denne afskæring fra omverdenen understreges af de manglende vinduer ind til salen. Hvad der blandt andet er unikt ved den klassiske koncertsal i forhold til nogle rytmiske spillesteder, er de faste publikumspladser, der forhindrer kommunikation mellem tilskuerne, mens de er i salen.<sup>36</sup> Til denne type af koncerter vil manglende kommunikation ofte være at foretrække, da stilhed blandt publikummerne er en væsentlig del af koncerttraditionen her. Man klapper kun på de rigtige tidspunkter, og forsøger helst at snige sig ud af salen, hvis man eksempelvis begynder at hoste kraftigt, således at man ikke forstyrrer musikoplevelsen mere end højst nødvendigt. Dette er dog, ifølge Small, ikke ensbetydende med, at der ikke eksisterer en form for fællesskab blandt publikummerne. De vante koncertgængere, kommer ofte bl.a. til koncerten for at samles med andre ”ligesindede”, der vægter den klassiske musiktradition højt, og de har dertil ofte en baggrund og nogle interesser og værdisæt, der på mange måder minder om hinanden. Dermed har publikummerne heller ikke nødvendigvis noget imod at konversere med de øvrige koncertgængere, men de er alle indforståede med, at sådanne samtaler primært hører foyerområdet til.<sup>37</sup>

Modsat størstedelen af de rytmiske koncerter, har publikum ved symfonikoncerten ingen forventning om spontanitet. Da idéen om traditioner og opretholdelse af disse er en stor del af denne type

---

<sup>35</sup> Small, C.: ”*Music and Musicking*” i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 1 – 18. Middletown: Wesleyan University Press, 1998.

<sup>36</sup> Small, C.: ”*A Place for Hearing*” i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 19 – 29.

<sup>37</sup> Small, C.: ”*Sharing with Strangers*” i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 39 – 49.

koncerter, har publikum en nøjagtig idé om, hvad de vil opleve i forbindelse med koncerten. De ved, hvilken type mennesker, de hovedsageligt vil møde blandt publikum, de ved, hvordan musikerne vil være klædt, de ved, hvornår der forventes applaus, og hvornår stilheden blandt publikum er at foretrække. De ved tilmed mere eller mindre præcist, hvordan musikken vil komme til at lyde, da de udøvende musikere som udgangspunkt ikke tager sig kreative friheder i forhold til det værk, der skal opføres.<sup>38</sup> Ifølge Small eksisterer der her et tydeligt ønske om at bibeholde tradition og historie i højest mulig grad. Man ønsker ikke at inkorporere moderne teknologi mere end højst nødvendigt, og man bestræber sig på alle måder på at forholde sig så autentisk som muligt til komponisten og hans tid. Denne loyalitet mod komponistens originale værk, giver, ifølge Small, værket en ophøjet status, der kan sammenlignes med et ”helligt skrift”, hvormed koncerten får en status af at være et ritual, der hylder og formidler dette.<sup>39</sup> Publikums udbytte af at deltage i denne ceremoni er i høj grad, at deres værdier (og dermed i nogen grad; deres identitet) bliver bekræftet, udforsket og fejret. Selve oplevelsen er givetvis subjektiv, men publikummerne forventer en bekræftelse af sig selv og en oplevelse af at bevidne historien bag musiktraditionen på nært hold. Herudover mener Small også, at de symfoniske koncerter kan have en beroligende effekt på publikum i og med, at de netop er så traditionsbundne. Traditioner spiller så stærk en rolle i dem, at tilskuerne får et indtryk af, at den klassiske musik aldrig vil ændre sig. Dermed udtaler Small, at symfonikoncerterne i sig selv er en løgn eller en illusion, da forandring er uundgåeligt på sigt.<sup>40</sup>

Til trods for, at Christopher Small igennem størstedelen af bogen beskriver en klassisk, symfonisk koncert, er han ikke personligt tilhænger af denne koncertform, da han mener, at den er for hierarkisk og endimensionel. Der er ikke plads til energiudveksling, og publikums umiddelbare rolle bliver en anden og mindre end til de fleste rytmiske koncerter. De er dog ikke helt blottede for de relationer, Small mener, er så centrale for musikering. Publikum, musikere og dirigent har helt specifikke relationer til hinanden, mens publikummernes indbyrdes relation er mere uklar. Såfremt de skulle vælge at samtale efter koncerten, kan deres indbyrdes relationer og sociale bånd påvirkes af koncertoplevelsen. Ligeledes mener Small også, at publikummernes forhold til hinanden kan påvirke deres oplevelse af koncerten. Hvis en medtilskuer, et givent medlem af publikum har et godt forhold til, eksempelvis udtrykker stor tilfredshed med koncerten, vil publikummeren også selv sandsynligvis

---

<sup>38</sup> Small, C.: "A Seperate World" i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 64 – 74.

<sup>39</sup> Small, C.: "Summoning Up the Dead Composer " i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 87 – 93.

<sup>40</sup> Small, C.: "What's Really Going On Here?" i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 183 – 200.

få et bedre indtryk af oplevelsen. Dette gør sig givetvis ikke kun gældende for symfonikoncerterne, men for alle typer af optrædere. Blandt andre universelle regler nævner Small også, at en forforståelse for den musik, der spilles i en koncertsituation, er nødvendig for, at tilskueren kan forstå musikken og dermed have muligheden for potentielt set at finde skønhed i denne. Hermed forstås det, at skønheden i en musikalsk optræden er ekstremt subjektiv, og at denne opstår, når den enkelte tilskuer hører en gestus eller et objekt som værende repræsentativ for idéelle musikalske forhold.<sup>41</sup>

### Philip Auslander – om medier og autenticitet

Philip Auslanders bog *Liveness: Performance in a mediatized culture* (2008) er centreret om forholdet mellem livekoncerter og medieproduktioner (med fokus på tv) og fordele og ulemper ved begge dele. Herunder stiller han spørgsmålet: hvorfor skulle man vælge at tage til en live-koncert, hvis man i stedet kan se en koncert i tv? Ligesom Simon Frith tager Auslander udgangspunkt i den rytmiske koncert, men han lægger især specifik vægt på rockmusik.

I Auslanders mening er det interessant at sammenligne tv-mediet og live-optrædere, da de er inspireret af hinanden. Auslander betragter tv-mediet som en scene, hvor seeren derhjemme altid sidder på forreste række. Mediet kombinerer intimitet med et globalt publikum. Ved tv's oprindelse har man fokuseret på, at mediet skulle besidde en iboende "live-hed" eller "her-og-nu-kvalitet", således at mediet kunne etableres som værende mere aktuelt end eksempelvis film. Herudover har man ladet sig inspirere af live-formatet, ved implementeringen af et publikum til flere programmer (eksempelvis talkshows, quizprogrammer eller sitcoms).<sup>42</sup> Hvor tv oprindeligt har været (og til dels stadig er) inspireret af live-optrædere, lader live-optrædere sig nu ofte inspirere af tv. Ved adskillige populærmusikalske koncerter går musikerne til yderligheder for at få koncerterne til at blive en mest muligt medie-præget begivenhed, og der implementeres i den forbindelse ofte elementer som playback, tidskoder, storskærme og tilsvarende visuelle effekter. Auslander mener, at den til tider overdrevne implementering af teknologi i koncerterne blandt andet skyldes et ønske om at skabe en så sensationel både visuel og auditiv oplevelse som muligt i et forsøg på at lokke individer til fortsat at have interesse i koncerter, da indtjening ved koncerter er essentielle for musikindustriernes overlevelse i deres nuværende form. Herudover mener han, at individer har tilvænet sig den musikoplevelse, de hører og ser i medier, og som de kan tilgå i hjemmet (herunder i høj grad

---

<sup>41</sup> Small, C.: "What Is a Good Performance and How Do You Know?" i *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*, s. 207 - 222.

<sup>42</sup> Auslander, P.: "Teevee's Playhouse" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 11 - 23. Abingdon: Routledge, 2008.

musikvideoer), hvorfor kunstnere som eksempelvis Madonna bestræber sig på at hendes koncerter skal minde så meget om de musikvideoer, hendes tilhængere kender, som muligt. Herudover understreger Auslander, at selv lyden af live-musik ikke nødvendigvis er tilfredsstillende for publikum, da de har vænnet sig til lyden af indspillet og gennemproduceret musik.<sup>43</sup> Dette er årsagen til, at playback er blevet mere eller mindre normen ved nogle musikgenrer, og at lip-sync frem for realsang var en udbredt praksis omkring 1990, da publikum var ligeglade med, om deres idoler optrådte live, så længe, de fik muligheden for at opleve dem tæt på.<sup>44</sup>

Hvis den medieproducerede musikoplevelse er den optimale og på mange måder mest ønskværdige oplevelse for forbrugerne, hvorfor mener Auslander så, at live-musik fortsat er nødvendigt?

Modsat flere andre, hører han til blandt de teoretikere, der ikke vægter publikums indbyrdes fællesskab højt i spørgsmålet om, hvad koncerter kan bidrage med. Han anerkender, at fællesskabet er til stede blandt publikummerne til en given koncert, men mener, at en tilsvarende fællesskabsfølelse kan opnås ved at se en optagelse af en koncert på tv'et derhjemme, for så vidt, at koncerten ses i selskab med andre. Om idéen om et fællesskab mellem optrædende og publikum, mener han ikke, at dette er reelt eksisterende, men er et udtryk for en længsel hos publikummerne. En længsel, der ikke kan tilfredsstilles pga. scenebarrieren, der adskiller publikum og kunstner.<sup>45</sup>

Auslander overvejer umiddelbart hverken muligheden for energiudveksling mellem de deltagende parter i en koncertoplevelse eller oplevelsen af at blive en del af et publikum, idet han netop sidestiller mængden af interaktion mellem parterne med at se en koncert i tv. Begge disse faktorer er dog ifølge andre teoretikere en væsentlig del af koncertoplevelsen, hvorfor de ikke bør undlades i en vurdering af fællesskabet ved koncertoplevelser (jf. bl.a. Frith).

Der hvor Auslander mener, at koncerter gør en forskel for både musikere og publikum, når de høres live frem for igennem eksempelvis tv-mediet, er deres evne til at autentificere de optrædende. Han anerkender, at autenticitet er et ideologisk koncept, og hvad der er autentisk for nogle ikke bærer samme autenticitet for andre, men mener alligevel, at autentificering er et nøgleord for meget live-musik. Dette gør sig især gældende for rockmusikken, da en stor del denne type musiks identitet, ifølge Auslander, ligger i, at den skal spilles live. Genren gør en dyd ud af, at musikerne har arbejdet

---

<sup>43</sup> Auslander, P.: "Is it live, or...?" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 24 - 42.

<sup>44</sup> Auslander, P.: "Tryin' to make it real: Live performance, simulation and the discourse of authenticity in rock culture" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 73.

<sup>45</sup> Auslander, P.: "Got live if you want it" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 63 - 72.

sig vej mod status ved at spille live, og at de på denne måde har bevist deres kunnen i koncertsituationer frem for udelukkende i lydstudiet, hvor det er lettere at fremstille musikere som værende dygtigere end de er.<sup>46</sup> Derfor mener rockfans, ifølge Auslander, at popmusikere aldrig kan blive autentiske, da genren ikke har rod i livemiljøet på samme niveau som rockmusikken. Når nu genren vægter autenticitet og livemusik så højt, menes det også blandt tilhængerne, at de kan vurdere, hvorvidt nogle musikere er autentiske ud fra deres evne til at optræde live. Herunder vurderes The Beach Boys eksempelvis af mange af disse fans til ikke at være autentiske, da de ikke kan gengive den nøjagtige lyd af deres nummer *Good Vibrations* live.<sup>47</sup> I spørgsmålet om, hvorvidt musikvideoer kan indeholde tilstrækkeligt bevis i sig selv på autenticitet hos musikere, har rocktilhængerne, ifølge Auslander, altid ment, at videoerne er for overproducerede og nemme at manipulere. Selv koncepter som MTVs *Unplugged* koncerter, som er produceret med henblik på netop at autentificere musikere og deres talent, vil disse tilhængere ikke mene, er fyldestgørende, da disse koncerter er produceret til tv og dermed ikke kan garanteres at være umanipulerede. Skal man tro på Auslander, vil rockfans derfor altid være villige til at tage til koncerter for at fastholde og støtte op om de idealer, der er knyttet til genren.<sup>48</sup>

Til trods for, at Phillip Auslander primært baserer sin teori om vigtigheden af autenticitet på rockmusikken og dens tilhængere, er dette ikke ensbetydende med, at den udelukkende er relevant for denne genre. Mens tilhængere af andre typer af musik ikke nødvendigvis har samme interesse i, hvorvidt musikere er autentiske (i dygtighed eller i forhold til den musikgenre, de repræsenterer), ville det være forkert helt at afskrive muligheden for, at dette er relevant for dem. Liveoptrædener er en mulighed for alle musikere inden for alle genrer for at vise, at er i stand til at spille musik foran et publikum eller om ikke andet, at de er i stand til at underholde et publikum.

### Mark Mattern – musik og fællesskaber

Amerikanske Mark Mattern hører til blandt dem, der tillægger musik (og mulighederne for at samles om dette) en stor kulturel og politisk værdi, hvilket han udtrykker i sin bog *Acting in Concert* fra 1998. Bogen beskriver et koncept af samme navn, som dækker over fællesskabsbaseret politisk handling gennem musik. Mattern beskæftiger sig med musiks værdi for både individ og samfund, og hvad han mener, der er unikt ved musik er blandt andet dets evne til at samle folk eller skabe

---

<sup>46</sup> Auslander, P.: "Rock culture and the discourse of authenticity" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 74 - 84.

<sup>47</sup> Auslander, P.: "Seeing is believing" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 85 - 96.

<sup>48</sup> Auslander, P.: "Panic Clapton" i *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*, s. 85 - 96.

forandring. Musik kan bruges til at fejre en kultur, udtrykke utilfredshed med politiske eller sociale systemer samt at holde fast i historie, traditioner og religion.<sup>49</sup> Mattern understreger, at en af musikkens vigtigste funktioner er dens mulige rolle for fællesskaber. Her nævner han, at musik både kan skabe nye fællesskaber og være et udtryk for allerede eksisterende fællesskaber. Begge dele kan lade sig gøre, fordi musik (både gennem sangtekster og generel lyd) kan kropsliggøre en given gruppe menneskers fælles minder og holdninger, og Mattern udtaler om emnet:

*”Music, like other artforms, can express meanings that are not accesible through words or express them in ways that gives listeners more immediate acces to emotions and ideas.”*<sup>50</sup>

Han understreger, at selvom alle kunstformer besidder sådanne egenskaber, gør musik det i højere grad end størstedelen af de øvrige former, da musik ikke kun rammer lytteren psykisk men også fysisk (som lydbølger) og derfor mærkes tydeligere. Takket være musikkens kropsliggørende egenskaber kan musik bruges til at dokumentere en sindstilstand for et givent folk i en given tidsperiode, og dermed gøre det lettere for udenforstående at sætte sig ind, hvad dette folk er gået igennem. På denne måde hjælper musik med at skabe forståelse mellem forskellige grupper af mennesker.<sup>51</sup>

Til trods for, at Mattern tillægger musik stor værdi i forhold til politisk forandring, bør det nævnes, at han ikke mener, at musik nødvendigvis besidder evnerne til at skabe en sådan forandring alene, men at musik kan bidrage til en indre ændring i lytterne og dermed potentielt set kan sætte en samtale i gang og skabe mod til forandring. Mattern baserer ikke sine teorier omhandlende musikkens store kulturelle rolle udelukkende på koncertsituationer, men snarere på musik i alle dens former, og nævner også, at ”acting in concert” kan finde sted overalt, hvor musik produceres og/eller forbruges.<sup>52</sup> Når det er sagt, tillægger han koncerter eller andre former for musikalsk opførsel foran et publikum en væsentlig værdi, hvilket også er del af årsagen til at ordet ”concert” indgår i hans begreb. Dette skyldes i høj grad koncerternes store mulighed for dannelse af fysiske fællesskaber bl.a. takket være den massementalitet, der opstår, når publikum bliver én samlet enhed. Her er oplevelsen af musikken i fokus og sandsynligvis mere intens, end hvis musikken opleves i andre dagligdags situationer. Her er publikum fysisk samlet med mere eller mindre ligesindede mennesker (om ikke andet, er de ligesindede i forhold til musikalske præferencer), og har dermed mulighed for at diskutere med disse. Her kan publikum potentielt set opleve, at de har noget tilfælles med andre mennesker, de ikke

---

<sup>49</sup> Mattern, M. ”Introduction” i *Acting in Concert*, s. 1 - 8. New Brunswick: Rutgers University Press, 1998.

<sup>50</sup> Mattern, M. *Acting in Concert*, s. 17 l. 26 - 28.

<sup>51</sup> Mattern, M. ”Popular music and community” i *Acting in Concert*, s. 9 - 24.

<sup>52</sup> Mattern, M. ”Popular music, political action and power” i *Acting in Concert*, s. 25 - 36.

nødvendigvis associerer sig selv med i hverdagen. Slutteligt bør det nævnes at koncertsteder givetvis er kulturelt vigtige ifølge Matterns udsagn, da disse steder ikke kun giver mulighed for dannelse af nye fællesskaber, eller for at eksisterende fællesskaber fysisk kan mødes, men at de også giver mulighed for, at en given kulturs historie og traditioner kan opleves på nært hold, og at publikum dermed kan få en fornyet forståelse af dette.

#### Erika Fischer-Lichte – transformationen af publikum

En anden teoretiker, der har arbejdet med spørgsmålet om, hvad det at bevidne en performance kan gøre for den enkelte publikummer, er tyske Erika Fischer-Lichte. Hun betragter ikke spørgsmålet ud fra udelukkende musikalske performances, men arbejder også med udgangspunkt i teater, dans og generel performancekunst. Alle disse kunstformer er i fokus i hendes bog *The Transformative Power of Performance* (2008). Her beskriver hun, hvordan en performance har evnen til ”at gøre noget” ved publikum og kan påvirke vedkommende fysisk og psykisk i øjeblikket såvel som på længere sigt. Fischer-Lichte beskriver ligesom Frith og Small, hvordan noget af det mest essentielle for en performance er, at den overskrider dagligdagens grænser. Herunder nævner hun som eksempel, hvordan tilskuere til en teaterforestilling i videst muligt omfang lever sig ind i begivenhederne på scenen – de føler empati med de elskende, der ikke kan få hinanden, de føler sorg og vrede, når protagonisten bliver myrdet osv. Til trods for denne indlevelse vil publikum dog aldrig træde ind og forsøge at ændre begivenhederne, de vil ikke forsøge at hjælpe, men vil formentlig altid forblive i deres sæde og lade begivenhederne gå sin gang. Der er etableret en ny virkelighed, mens performance finder sted, og det er netop denne ny-etablerede virkelighed, der giver plads til, at publikum potentielt set kan blive transformeret i løbet af en performance.

Der hvor en performance, ifølge Fischer-Lichte, for alvor bliver interessant, er hvis den formår at engagere eller sågar transformere publikum. Såfremt en performance lykkes med dette, er publikums reaktioner på performance, mindst lige så interessant at studere som performance selv, mener hun. Denne transformation påbegyndes ikke kun pga. performanceens overskridelse af hverdagens rum, men også publikummernes ændrede rolle i situationen som ikke længere udelukkende at være individer, men i stedet blive dele af et publikum og dermed dele af en større enhed. Når dette sker åbner det, ifølge Fischer-Lichte, op for en mulighed for, at publikummerne kan lære mere om sig selv og egne reaktioner og holdninger til bestemte situationer.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Fischer-Lichte, E.: ”*The transformative Power of Performance*” i *The Transformative Power of Performance*, s. 11 – 23. Abingdon: Routledge, 2008.



Fischer-Lichte tillægger ikke en performance stor værdi, hvis ikke de optrædende formår at få engagement ud af publikum. Vigtigheden af dette skyldes, at der under en performance foregår en energiudveksling mellem optrædende og publikum, og at kvaliteten af en performance herved afhænger af, hvilke reaktioner publikum leverer (meget lig, hvad Frith udtaler). Publikum trækker også energi fra hinanden indbyrdes og kan reagere på de øvrige publikummers reaktioner ved enten at tilslutte sig dem eller forarges over dem. Denne energiudveksling mellem alle involverede parter kalder Fischer-Lichte ”the feedback loop”, da den konstant kører i ring. Det er takket være netop dette ”loop” af energi, at hun mener, at deltagerne i en performance mister deres individualitet, og bliver dele af en samlet enhed mens performancen finder sted.

På grund af ”the feedback loop” vil det aldrig have en optimal effekt for den enkelte tilskuer, hvis vedkommende ikke er fysisk til stede under en performance, men eksempelvis ser den i tv, da han/hun her ikke er en del af ”loopet” og dermed ikke kan tilføre eller optage energi fra performancen. Dette medfører en ophøjet kulturel prestige ved at være koncertgænger, da kun koncertgængere reelt set har oplevet koncerten i dens fulde kapacitet.<sup>54</sup>

#### Gustave Le Bon – massepsykologi

Når nu flere af de omtalte teoretikere nævner fællesskabet med de øvrige publikummer som en af de væsentligste motivationer (foruden musikken), når mennesker vælger at tage til koncerter, bør det overvejes, hvilke psykologiske processer, der spiller ind, når publikum bliver en del af et sådant fællesskab. Mængden af publikummer til en koncert udgør en så stor gruppe mennesker, at ”gruppe” ikke længere er den mest dækkende betegnelse. I stedet bør de betragtes som en masse eller en menneskemængde. Netop sådanne større samlinger af mennesker er omdrejningspunktet for den franske psykolog og sociolog Gustave Le Bons bog *The Crowd* fra 1896.

En af de psykologiske processer Le Bon nævner, der finder sted, når en gruppe af mennesker bliver til en masse, er at deres sindstilstand ændres, således at de ikke længere tænker som individer men snarere som én samlet enhed, og der hermed opstår et kollektivt sind. Dermed ikke sagt, at de enkelte publikummere mister *al* tankegang, der differentierer dem fra massen, men deres individualitet fylder straks væsentligt mindre, når de bliver en del af massen – altså når de går fra udelukkende at være individer til en del af et publikum. Det bør, for god ordens skyld nævnes, at ikke alle større forsamlinger af mennesker automatisk bliver til en samlet masse, men at denne karakteristik kræver

---

<sup>54</sup> Fischer-Lichte, E.: ”*Shared bodies, shared spaces: the bodily co-presence of actors and spectators*” i *The Transformative Power of Performance*

et fælles formål ved at være på det givne sted på det givne tidspunkt, og at det kollektive sind dermed allerede er igangsat, inden menneskemængden er fysisk samlet.

Hvorfor er det ønskværdigt for forbrugeren at være en del af en masse? For at forstå dette, beskriver Le Bon de psykologiske faktorer, der spiller ind, når massen opnår et kollektivt sind. En masse vil selvsagt altid bestå af en række individer, der repræsenterer en eller flere typer af mennesker. Med det menes, at en masse enten kan bestå af ligesindede med fælles interesser, og dermed være homogen, eller inkludere mennesker fra forskellige sociale klasser og med forskellige interesser, og dermed være heterogen. Heterogene masser finder altid fælles psykologisk grundlag i et enten ”almindeligt” eller decideret primitivt psykisk rum, således at alle individer kan tage del i massens mentalitet. Processen med at blive en samlet enhed sker ubevidst, hvilket er ensbetydende med, at opgivelsen af egen individualitet til fordel for en ny påtaget bevidsthed som en del af noget større, er frivillig. Denne proces opstår til dels på grund af afsmitning. Individet spejler sig i sine omgivelser, og hvad andre foretager sig, hvormed disse handlinger ”smitter af” på individet, og vedkommende forsøger at kopiere dem. Hvorfor afsmitning forekommer, kan være svært at forklare. Le Bon beskriver, at det er et hypnotisk fænomen, men at det også kan beskrives som et tegn på empati eller et generelt ønske om assimilation med sine omgivelser. Herudover ville den kollektive bevidsthed ikke kunne opnås uden, at individet opgiver sin magt eller kontrol. Det kan måske synes kontra-produktivt i forhold til individets egen interesse, men denne magtopgivelse giver en tryghed, idet individet ikke føler, at han/hun skal stå til ansvar for sine handlinger, og dermed opnår vedkommende en følelse af frihed. Når både afsmitning og magtopgivelse underbevidst har fundet sted, er individet i stand til at blive en del af massementaliteten. I Le Bons mening, kan denne mentalitet sammenlignes med hypnose. Individets adfærd og tanker kan her afvige meget fra vedkommendes sædvanlige mønstre, og han/hun er ikke længere fuldt bevidst om sine handlinger.<sup>55</sup>

I koncerters tilfælde agerer de optrædende musikere hypnotisører, og det er dermed dem, der er i kontrol over publikumsmassen. Hvis musikerne færdiggør et stykke musik eller spiller en solo, jubler publikum, hvis musikerne opfordrer publikum til at synge med, klappe i takt til musikken, rejse sig op og begynde at danse eller lignende, følger publikum trop. Den enkelte publikummer har, som nævnt, opgivet sin kontrol, og har dermed opnået friheden ved ikke at skulle stå til ansvar for egne handlinger. Vedkommende kan i og for sig opgive al tankevirksomhed, give slip og følge med

---

<sup>55</sup> Le Bon, G.: *General Characteristics of Crowds. – Psychological Law of Their Mental Unity*, i *The Crowd – A Study of the Popular Mind*, s. 13 - 20. Kitchener: Batoche Books, 2001.

mængden og musikernes instruktioner. Samtidig oplever publikummerne tilfredsstillelsen ved at være en del af ”noget større” og føle sig inkluderet i et fællesskab. Hermed opnår de en tryghed i anonymiteten, der følger med fællesskabet, og de skal ikke bekymre sig om at blive udstillet.

### Forsøg og videre forskning omhandlende koncertoplevelsers virkning

Fornemmelsen af at gå fra individ til en del af en samlet enhed i form af et publikum, kan til dels forklares fra en psykologisk tilgang, men kan også påvises gennem neurologiske forsøg. I et canadisk forsøg fra 2018, søgte professor Jessica Grahn fra Western University i samarbejde med McMaster’s University at påvise den neurologiske effekt, livemusik har på musikere såvel som tilskuere.<sup>56</sup> I dette forsøg samlede man en række musikere og 24 publikummere og målte deres hjerneaktivitet samt tog billeder af deres bevægelser, mens musikerne spillede en koncert bestående af værker i forskelligt groove, men med nogenlunde ensartet tempo og lydstyrke. Efterfølgende blev der lavet et tilsvarende forsøg, hvor koncerten blev vist på en storskærm (med lige så gode lydforhold som i det første forsøg) for publikummerne frem for, at de oplevede den live. Slutteligt udførtes et tredje forsøg. Her blev koncerten igen vist på storskærm, mens publikummerne denne gang var blevet inddelt i mindre grupper, hvori de ikke havde mulighed for at se eller på andre måder interagere med andre tilskuere, og dermed opnåede en følelse af at være isolerede fra andre publikummere under koncerten.

Forsøgene viste, at publikummernes hjernebølger synkroniseredes under koncerten, men i vidt forskellig grad alt efter konteksten. Den største synkronisering kunne ses, når koncerten oplevedes live sammen med en større gruppe publikummere. Foruden at hjernebølgerne synkroniseredes publikum imellem, kunne der også ses en synkronisering mellem publikum og beatet i musikken – denne var ligeledes tydeligst ved liveoplevelsen. Det bør understreges, at forsøgsresultaterne videre viste, at mængden af synkronisering i de forskellige forsøg varierede fra person til person, men at en større synkronisering med de øvrige publikummere konsekvent viste en større synkronisering med musikken.

Synkronisering af hjernebølger afslører en del om individets fornøjelse ved at opleve musik. Ifølge Grahn er synkronisering mellem hjernebølger og beat et tegn på ikke kun indlevelse i, men også nydelse af musik. Derfor er forsøgets resultater ensbetydende med, at testpersonerne nød musikken væsentligt mere, når de så den live, og når de var synkroniserede med en større mængde af mennesker. Tilslutning til et publikumsfællesskab forstærkede dermed den positive oplevelse af musikken.

---

<sup>56</sup> Talbot, A.: *“Brain waves synchronize at live music performances”*:

<https://medicalxpress.com/news/2018-04-brain-synchronize-music.html> (sidst besøgt 02.06.2019)

Det er ikke kun Jessica Grahn, der mener at synkronisering med musik er vigtig for nydelse af musikken. Emnet belyses bl.a. også af Marc Leman, Jeska Buhmann og Edith Van Dyck i artiklen *The empowering effects of being locked into the beat of the music* (2017).<sup>57</sup> Her omtales, at evnen til at synkronisere med musik er medfødt, og kommer af et behov for assimilation med omgivelserne, der medfører, at mennesker vil forsøge at tilpasse deres kroppe til det miljø, de befinder sig i. Når den kognitive aktivitet og kroppen synkroniseres med musik skyldes det en forventning om et udbytte af denne synkronisering. Dette udbytte kan tage mange former alt efter individet og vedkommendes forhold til den pågældende musik, men motivation, energi og en følelse af beslutsomhed hører, ifølge Leman, Buhmann og Van Dyck til de faktorer, der er universelle på tværs af mennesker. De beskriver, at det er bekræftende for individet at blive ”låst fast” i musikkens beat, og at synkronisering kan medføre et stadie af homøostase, hvori motiverende og kognitive mekanismer i hjernen forstærker hinanden og sætter hinanden i balance. Dette gør sig ikke kun gældende i koncertsituationer eller lignende situationer hvori individets mål er at lytte til musik, men også i eksempelvis træning i sportsgrene, der er præget af repetition, hvor musik tilpasset atletens bevægelser ofte bruges som et redskab til at optimere træningen, da det kan forbedre intensitet og udholdenhed.

At udbyttet af musik er større, når musikken opleves live, bevises bl.a. også i et forsøg fra 2017 kaldet ”*The Effect of Context and Audio-visual Modality on Emotions Elicited by a Musical Performance*”.<sup>58</sup> I dette forsøg søgte man at undersøge den følelsesmæssige påvirkning af livemusik hos publikummerne. Ligesom i Grahns forsøg opsatte man også her forsøget ved at skabe forskellige scenarier, hvori testpersonerne enten blev udsat for musik i en livesammenhæng eller oplevede koncerten via en storskærm og et velfungerende lydanlæg. Her fandt koncertsituationen sted i en kirke, mens situationerne med den optagede koncert vistes i et mødelokale. I mødelokalescenariet inddeltes testpersonerne i tre grupper: én gruppe, der udelukkende hørte lyden fra koncertoptagelsen, én der udelukkende så billeder fra optagelsen og én, der oplevede både lyd og billeder. Musikken i forsøget blev spillet af en pianist og en sanger, og bestod af lieder primært af Schubert.

---

<sup>57</sup> Buhmann, J., Leman, M., Van Dyck, E.: ”*The empowering effects of being locked into the beat of the music*” i *Body, Sound and Space in Music and Beyond*, s. 13 - 28. Red.: Wöllner, C. Abingdon: Routledge, 2017.

<sup>58</sup> Coutinho, E., Scherer, K. R. ”*The Effect of Context and Audio-visual Modality on Emotions Elicited by a Musical Performance*” i *Psychology of Music*, Vol. 45(4), 2017.

Testpersonernes følelsesmæssige reaktioner i det scenarie, de hver især blev udsat for, blev ikke direkte målt, men beskrevet af personerne selv i et spørgeskema.

Resultaterne i et sådant forsøg vil aldrig kunne afsløre en endegyldig sandhed, da der kan være stor forskel på, hvor følelsesmæssigt engagerede forskellige mennesker er i den musik, de hører, samt hvordan de vil beskrive deres følelser. Til trods for dette, viste forsøget alligevel, at samtlige testpersoner oplevede en form for følelsesmæssig påvirkning i deres respektive scenarier. Forsøget viste endvidere, at den reelle koncertoplevelse påvirkede publikums følelser på et niveau, som den optagne koncert uanset form og kvalitet ikke kunne komme i nærheden af.

Hvad der er væsentligt at tage med fra dette forsøg i forhold til forsøget fra 2018 samt den viden, der er beskrevet i Leman, Buhmann og Van Dycks tekst er, at den følelsesmæssige indlevelse eller påvirkning, den enkelte publikummer kan opnå til koncerter sandsynligvis delvist er en reaktion på synkronisering med musikken. Dermed ikke sagt, at det er den eneste effekt, der spiller ind, men den øgede synkronisering med beatet sætter, som nævnt, gang i en række kognitive processer, der kan skabe energi, motivation og overskud, hvilket giver individet et mentalt overskud til netop at kunne indleve sig i musikken.

### Delkonklusion

Skal man tro på den nævnte teori kan koncerter af flere årsager berige forbrugerens liv og bidrage til ny forståelse af sig selv såvel som omverdenen.

Et ord, der går igen i flere af de omtalte tekster, er ”fællesskab”. Dette menes både at være essentielt mellem publikum og de optrædende musikere og internt mellem publikummerne. Fællesskabet mellem publikum og musikere medfører en energiudveksling, der til dels kan have stor indflydelse på de optrædendes præstation og dermed publikums endelige koncertoplevelse. På denne måde bliver publikummet en aktiv del af performancen. Deres aktive rolle bliver herudover etableret så snart, de tager del i den opførelse, der forventes af dem i den pågældende koncertsituation. Fællesskabet mellem publikummerne opstår inden musikken går i gang, og de bliver transformeret til en samlet enhed med et fælles mål om at få den bedst mulige oplevelse. Koncertsituationer giver mulighed for, at ligesindede kan samles og udveksle tanker og ideer – de kan starte en samtale. Musik kan give anledning til at påbegynde en samtale eller sætte gang i handlinger, takket være dens evne til at kropsliggøre meninger og holdninger (jf. Mattern), og denne effekt forstærkes ved koncerter, hvor mennesker med fælles interesser er fysisk samlede. Transformationen fra individ til at blive en del af en masse kan desuden til dels medføre tryghed og en følelse af frihed. Herudover medfører den en

øget værdsættelse af koncertoplevelsen, da den hjælper publikummerne med at synkronisere med musikken og derved opnå homøostase.

Mens dannelsen af fællesskaber umiddelbart spiller en stor rolle i koncerterets vigtighed for den enkelte musikinteresserede borger, besidder koncerterne også rammerne for at individet kan opleve en begivenhed, der overskrider vedkommendes dagligdag. Koncerthusene kan være arkitektonisk og akustisk dragende, og minder ikke om alle andre bygninger. Koncertsalen befinder sig uden for hverdagens rum, og her gælder andre regler og normer. Publikum kommer ikke for at opleve mennesker, de kender fra deres vante rammer, men ønsker derimod at opleve ”stjerner” – ekstraordinære talenter, der i koncerten bliver ét med musikken. Allerede fra entreen i foyeren begynder differentieringen mellem hverdag og den oplevelse, der venter forude, og gæsterne får muligheden for at blive transformeret af musikken og hinanden.

Koncertoplevelsen der opleves fysisk er en anden og mere nærværende og unik oplevelse end koncerter set på tv eller film. Koncertgængerne får opfyldt deres behov for underholdning igennem et medie, der i sin nærværenhed virker umanipuleret og dermed pålidelig, og på denne måde adskiller sig fra de massemedier, de omgås til dagligt. For de tilstedeværende publikummere bidrager den med en intimitet og ”her-og-nu-hed”, der ikke kan kopieres i de massemedier, som ellers gradvist fylder mere i deres hverdag. Denne unikhed ved koncertoplevelsen giver hertil prestige for de tilstedeværende tilskuere over, at de har oplevet koncerten. En prestige, der potentielt set kan hjælpe dem i sociale situationer, og kan gøre, at de stiger i deres omgangskreds’ agtelse, hvormed de får et større socialt råderum.

Foruden at være en vigtig måde at opleve musik for publikum, er koncerter også en essentiel platform for musikerne, hvor de både kan blive forbundet med de mennesker, der interesserer sig for deres musik og med musikken selv. De giver mulighed for at de optrædende musikere kan autentificere sig selv og egen kunnen over for deres tilhængere. Herudover har musikerne i koncertsituationer muligheden for at fortolke det musikalske manuskript og gøre det til deres eget, gennem de sociale meninger, der findes med de øvrige optrædende. Alternativt kan de forholde sig så tro til manuskriptet som muligt og hermed få en større forståelse af musikkens rødder, eller pålægge publikum en sådan forståelse.

Endelig vidner teorien om koncerthusets vigtighed for de samfund, de befinder sig i.

Husenes rolle i samfundet er at værne om historie, kultur og traditioner og samtidig danne ramme for underholdning til forbrugerne. Deres funktion er at holde samfundets borgere ”vågne” og opsøgende efter ny information samtidig med, at de uddannes i eget samfund såvel som den øvrige omverden. Skal man tro på, hvad de nævnte teoretikere udtaler om koncerter effekter på individplan, vil sådanne oplevelser givetvis have en positiv og berigende effekt på samfundets borgere, hvilket kun vil gavne samfundet på sigt.

Ligesom for individet, kan koncerthusene også bidrage med prestige for samfundene, da de, som nævnt, er udtryk for velfungerende systemer i samfundet. Foruden agtelse har husene potentiale for at gavne samfundet økonomisk, da de kan tiltrække turister og andre udenbys besøgende, hvormed det øvrige erhvervsliv kan gavne af deres eksistens. Desuden kan koncerthusene og tilsvarende kulturelle tilbud være medvirkende til, at flere ønsker at flytte til det pågældende samfund, hvilket ligeledes vil komme erhvervslivet til gode. Denne prestige kan hertil ”smitte af” på borgere, der i forvejen er bosiddende i samfundet, da de muligvis vil finde stolthed i at bo i et samfund, som netop besidder et koncerthus.

## Brugerundersøgelser

I forbindelse med denne afhandling er der foretaget en brugerundersøgelse blandt koncertgængere. Formålet med undersøgelsen er at indsamle informationer om publikums holdninger til Musikkens Hus såvel som til koncerter generelt, og undersøgelsen er lavet som et spørgeskema distribueret på internettet. Da formålet med undersøgelsen ikke er at skabe statistisk målbar data, men derimod at belyse meninger om emnet fra individer, der har oplevet at være en del af publikum til en koncert, er en kvalitativ undersøgelsesform ideel. Sverre Brinkmann og Steinar Kvale behandler netop kvalitative undersøgelsesdesign i deres bog *Interview – Introduktion til et håndværk* fra 2009. Som bogens titel indikerer, beskæftiger den sig som udgangspunkt med interviews, men flere af deres begreber og teknikker er også relevante for andre undersøgelsesformer. En mere konkret kilde til design af spørgeskemaer er Niels-Henrik M. Hansen, Bella Marckmann og Esther Nørregård-Nielsens bog *Spørgeskemaer i virkeligheden* (2008). Disse kilder er benyttet i designet og formuleringen af spørgeskemaundersøgelsen.

Resultatet af undersøgelsen søger at afspejle reelle forbrugeres erfaringer med koncerter generelt og deres forhold til koncertoplevelsen. Herudover ønskes refleksion over Musikkens Hus' kvalitet som koncerthus samt husets rolle i Aalborg generelt. Den type undersøgelse, der er blevet foretaget, er inspireret af livsverdensinterviews. Ved denne type af interviews ønsker interviewerens at undersøge

den interviewedes syn på et eller flere emner i omverdenen. Besvarelsene tager udgangspunkt i respondenternes eget liv og hverdag, og er som sådan ikke baseret på et videnskabeligt grundlag, men på deres erfaringer. Der findes således ikke rigtige eller forkerte svar, da det netop er individuelle (og helst uddybede) meninger og holdninger, der efterspørges.<sup>59</sup> For at bibeholde den kvalitative effekt og muligheden for refleksion fra respondenternes side, er de ikke blevet givet svarmuligheder, men derimod ”kommentarbokse”, hvori de kan skrive deres svar. Da spørgeskemaet ikke kræver forudgående viden af respondenterne, er spørgsmålene søgt formuleret i et ikke-akademisk, dagligdagsprog, således at alle principielt har mulighed for at besvare det. Derfor er det skrevet på basis af nogle overordnede forskningsspørgsmål, der er blevet omformuleret til interviewspørgsmål.<sup>60</sup> Disse forskningsspørgsmål lyder: hvor interesserede er forbrugerne i at investere i koncertoplevelser? Hvor meget betyder det sociale aspekt i disse oplevelser? Hvilke øvrige faktorer spiller ind i oplevelsernes kvalitet? Hvad er deres holdninger til Musikkens Hus og dets plads i Aalborg? Spørgeskemaet indeholder tre typer af spørgsmål: baggrundsspørgsmål, adfærdsspørgsmål og holdningsspørgsmål. Alle spørgsmål er søgt formuleret så neutralt som muligt for at undgå at påvirke respondenternes svar med indikationer af, hvad de bør eller ikke bør svare. Baggrundsspørgsmålene omhandler respondenternes alder, køn og bopæl. Der spørges ind til disse faktorer for at danne et overblik over respondenternes demografi, og dermed bedømme hvor repræsentative resultaterne er i forhold til den samlede befolkning. Adfærdsspørgsmål skal belyse respondenternes forhold til emnet. I dette tilfælde inkluderer dette spørgsmål om kendskab til Musikkens Hus såvel som koncertvaner og musikalske præferencer generelt. Holdningsspørgsmål omhandler respondenternes meninger. Her spørges der ind til deres meninger om, hvad der kan give dem en god/dårlig koncertoplevelse samt hvad deres holdninger er til Musikkens Hus og de oplevelser, de måtte have haft herinde.<sup>61</sup> Spørgeskemaet består af 12 spørgsmål i alt, og er forsøgt holdt kort for at undgå at tvinge respondenterne til at bruge lang tid på at tage stilling til mange spørgsmål, og dermed risikere, at de mister interesse undervejs. Skemaet er konstrueret således, at baggrundsspørgsmålene stilles først, da de er hurtigst

---

<sup>59</sup> Brinkmann, S., Kvale, S.: *”Research interviews, philosophical dialogues and therapeutic interviews”* i *Interviews – Learning the craft of qualitative research interviewing*, s. 23 – 46. Californien: SAGE Publications, 2009.

<sup>60</sup> Brinkmann, S., Kvale, S.: *”Conducting an interview”* i *Interviews – Learning the craft of qualitative research interviewing*, s. 123 - 142.

<sup>61</sup> Lea Rosenmeier, S., Skov Jeppesen, D.: *”Kapitel 5: Spørgeskemaets spørgsmål”* i *Spørgeskemaer i virkeligheden*, s. 71 - 94. Red.: Hansen, N.H., B. Marchmann og E.N. Nielsen. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2008.



at besvare. Herefter er spørgsmålenes rækkefølge sat op efter tematik, så spørgsmål, der omhandler samme emner er placeret i forlængelse af hinanden. Derfor optræder adfærds- og holdningsspørgsmål skiftevis, da disse relaterer sig til, og følger op på hinanden. Tematisk er rækkefølgen konstrueret udefra og ind, så respondenterne først omtaler koncertvaner generelt og efterfølgende beskriver deres meninger om Musikkens Hus. Denne rækkefølge er valgt med henblik på at undgå, at Musikkens Hus fylder for meget i deres tanker, når de skal beskrive oplevelser og meninger, der ikke nødvendigvis relaterer sig til huset.<sup>62</sup>

Spørgeskemaet er blevet distribueret via Facebook, hvilket givetvis begrænser gruppen af mulige respondenter. Denne distributionsform udelukker f.eks. individer, der ikke har en profil på det sociale medie, og hertil vil respondenterne i høj grad være individer fra afsenders netværk. Fordelen ved denne distributionsform er, at den muligvis vil appellere til flere potentielle respondenter end eksempelvis interviewundersøgelser, da den ikke er lige så tidskrævende, grundet respondenternes mulighed for at besvare spørgsmålene hvor som helst og når som helst, de ønsker.

Undersøgelsen<sup>63</sup> er blevet besvaret af 45 respondenter i alderen 19 – 61 med en gennemsnitsalder på 29,04. Da kun syv af respondenternes alder er over 30 år, repræsenterer respondenterne dog hovedsageligt det yngre publikum. Respondenterne er overvejende bosiddende i Aalborg, da 29 bor i byen, 7 bor i Aarhus, 3 bor i København, mens 6 er bosiddende i andre byer. Kønsfordelingen er 27 kvinder og 16 mænd. Herudover er respondenterne overordnet interesserede i rytmisk musik, da kun syv af dem nævner klassisk som én af de musikgenrer, de lytter mest til, og disse syv endvidere nævner flere rytmiske genrer herudover. Mængden af koncertbesøg varierer meget mellem besvarelserne, og nogle tager til koncerter sjældnere end én gang om året, mens andre går til koncert flere gange om måneden.

Respondenternes besvarelser af spørgsmålene om Musikkens Hus vil blive belyst på side 57.

### Brugerne om koncertoplevelser

For at få en forståelse af respondenternes meninger om koncerter generelt, er de blevet spurgt ind til, hvilke faktorer de mener, kan påvirke en koncertoplevelse i en positiv eller negativ retning.

---

<sup>62</sup> Lea Rosenmeier, S., Skov Jeppesen, D.: "Kapitel 4: Spørgeskemakonstruktion" i *Spørgeskemaer i virkeligheden*, s. 61 - 70.

<sup>63</sup> *Koncertoplevelser i Musikkens Hus*: <https://da.surveymonkey.com/results/SM-9736CMV6V/> (sidst besøgt 02.06.2019)

For at en koncertoplevelse skal blive god, mener flere af respondenterne, at lyden skal være god, og at musikerne skal være dygtige og nærværende eller have god publikumskontakt. En enkelt respondent skriver herudover, at autenticitet fra musikerne er væsentligt for, at en koncert bliver en positiv oplevelse. Hvad der også er væsentligt for mange af respondenterne, er de øvrige publikummer. Der skal ikke kun være god stemning mellem musikere og publikum, men også internt i publikum. Det er således væsentligt for flere respondenter, at publikum også er nærværende og tager del i en fælles stemning frem for eksempelvis at stå/sidde med deres telefoner uden at afspejle den energi, der forventes af publikum i den givne koncertsituation. Desuden synes flere, at det er vigtigt med et godt sceneshow og god plads/godt udsyn.

Et andet af spørgsmålene omhandler, hvorvidt respondenterne ville tage alene til en koncert. Hertil svarede 24, at det ville de ikke have noget imod, 16 ville ikke gøre det, og 5 ville kun gøre det i særtilfælde. Et forhenværende socialt bånd med en eller flere af de øvrige publikummere er hermed umiddelbart en væsentlig detalje for en forholdsvist stor del af respondenterne.

Ifølge respondenterne bliver en koncertoplevelse dårlig, hvis lyden er dårlig, musikerne ikke er mentalt tilstede, eller de virker direkte ligeglade. Herudover bliver oplevelsen påvirket negativt, hvis de øvrige publikummer er fulde, højtråbende (i koncertsituationer, hvor dette ikke er passende), aggressive, taler under koncerten eller på andre måder er ubehøvede.

Det er selvsagt uundgåeligt at musikken og lyden betyder en del for publikums oplevelse af en koncert, da musikken antageligvis er årsagen til, at de fleste tager til koncerter. Ifølge respondenternes besvarelser lader det herudover til, at det sociale ligeledes er en vigtig del af den samlede oplevelse. Respondenternes besvarelser understøtter hermed flere af de tidligere omtalte teoretikeres (bl.a. Frith, Mattern, Fischer-Lichte og Le Bon) udsagn vedrørende fællesskabets vigtighed mellem alle involverede parter i en koncertoplevelse. Respondenterne bruger ikke selv ordet ”fællesskab”, men beskriver det derimod som stemning, kontakt eller nærvær. Herudover vægter flere af respondenterne også en stærk nærkontakt mellem musikere og publikum højt, hvilket må relatere sig til den energiudveksling som Frith og Fischer-Lichte beskriver mellem de involverede parter i koncertoplevelsen. Det lader ikke til, at respondenterne har overvejet, at transformationen fra individ til del af en masse, finder sted under koncerter, men ifølge Le Bon, sker denne proces ubevidst. Dette kan forklare, hvorfor respondenterne ikke påtaler transformationen til trods for, at flere af dem er bevidste omkring de omkringende publikummers potentielle betydning for koncertoplevelsens kvalitet, og hermed disses mulighed for at påvirke den samlede oplevelse i en positiv eller negativ retning.

## Musikkens Hus

Den 29. marts 2014 fik Aalborg en ny kulturinstitution ved navn Musikkens Hus. Huset, der er placeret på Aalborgs Havnefront, består af ca. 20.000 m<sup>2</sup> fordelt på ni etager. Husets faciliteter inkluderer bl.a. fire koncertsale; tre, der benyttes til både rytmiske og klassiske koncerter og én, der udelukkende bruges til rytmisk musik.<sup>64</sup>

## Historie og økonomi

Til trods for, at andre muligvis havde tænkt på det tidligere, blev idéen til et nyt koncerthus i Aalborg italesat i 1982 af arkitektstuderende Lars Bjørk. Han fik idéen som følge af, at både Musikhuset Aarhus og Koncerthuset Odense åbnede samme år, hvilket havde positiv indflydelse ikke kun på kulturen, men også på erhvervslivet og den generelle selvforståelse i de to byer.<sup>65</sup>

I 1985 donerede Enan Galaly 100.000 kroner som et startskud til et potentielt musikhus i Aalborg. Denne donation resulterede i, at foreningen Musikhusets Venner blev stiftet det følgende år. Foreningen inkluderede bl.a. repræsentanter fra Det Jyske Musikkonservatorium, Aalborg Universitet og DR Nordjylland. Foreningens mål var at gøre et koncerthus i Aalborg til en realitet. Huset skulle være et nyt tilhørssted for Aalborg Symfoniorkester, men denne idé om at give symfoniorkesteret et nyt hjem, vakte skepsis, da orkesterets salgstal ikke mentes at være prangende nok til at kunne retfærdiggøre at bygge et nyt koncerthus kun for deres skyld. Herudover blev idéen om et nyt koncerthus også mødt med skepsis, da mange mente, at det var unødvendigt, når nu Aalborg i forvejen havde spillestederne Skråen og Aalborghallen (det nuværende Aalborg Kongres & Kultur Center). En yderligere bekymring var, at et eventuelt koncerthus primært ville være et kulturtilbud til eliten, hvilken ikke var intentionen. For at vende de negative meninger søgte Musikhusets Venner at alliere sig med erhvervslivet i Aalborg samt at understrege den ønskede placering af koncerthuset på Aalborgs havnefront, da der eksisterede et kommunalt ønske om at ændre havnefrontens udtryk fra industrihavn til et kulturelt samlingssted for byens borgere. Herudover understregede foreningens første formand, Erik Bach, at et nyt koncerthus ville være en naturlig tilføjelse til byen, hvis man ønskede at holde fast i den kulturelle udvikling, byen gennemgik i 1980'erne. Denne udvikling var

---

<sup>64</sup> Visit Aalborg: "Musikkens Hus": <https://www.visitaalborg.dk/musikkens-hus-gdk858209> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>65</sup> Krabbe, P. "1982 – Det første projekt" i *Drømmen og Gejsten*, s. 12 – 13. Aalborg: Musikhusets Venner i Nordjylland, 2011.

til dels opstået som et resultat af gradvist stigende antal af studerende på Aalborg Universitet, og den mængde af unge tilflyttere til byen, der fulgte med som effekt heraf.<sup>66</sup>

I det oprindelige oplæg til, hvad et kommende koncerthus skulle inkludere, lavet af Musikhusets Venner i 1988, blev det foreslået, at koncerthuset skulle huse både klassiske og rytmiske koncerter. Denne idé blev dog bortkastet i 1993, da MUSAM (Musisk Sammenslutning i Aalborg) i fællesskab med Musikhusets Venner vurderede, at der i forvejen fandtes en tilstrækkelig mængde rytmiske koncertsteder i byen, og at det var mest ideelt for Aalborg, at de rytmiske koncerter blev spredt på forskellige steder i byen. Herudover vanskeliggjorde Musikhusets Venners vision om en koncertsal specielt designet til ”akustisk musik” også muligheden for rytmiske koncerter i det kommende koncerthus, da de rytmiske- og klassiske koncerter ville komme til at kræve vidt forskellig akustik.<sup>67</sup>

I 1997 bakkede Aalborgs borgmester Kaj Kjær og resten af Socialdemokratiet op om idéen om et koncerthus, og denne idé var inkorporeret i deres partiprogram. Samme år kontaktede borgmesteren Nordjyllands Amt for at få udskrevet en arkitektkonkurrence til et eventuelt nyt koncerthus. Amtet afsatte 50 mio. kroner til projektet. Konkurrencen blev dog sat i bero pga. kommunalvalget.<sup>68</sup>

Planen om et nyt koncerthus havde nået en midlertidig forhindring i 1999, da det syntes urealistisk at indsamle alle de økonomiske midler bygningen af et sådant hus ville kræve. Her blev realiseringen af huset reddet af et tilbagevendende ønske fra Det Jyske Musikkonservatorium og Aalborg Universitets musikinstitut om et fagligt samarbejde institutionerne imellem. På daværende tidspunkt havde et sådant samarbejde vist sig som værende umuligt, pga. afstanden på ca. otte kilometer imellem dem. Dette ønske førte til et forslag om, at et eventuelt musikhus skulle besidde en uddannelses- og forskningsdel, der kunne huse de to institutioner samt universitetets uddannelse i arkitektur og design. Forslaget vakte interesse både politisk set og i erhvervslivet, da det mentes at kunne retfærdiggøre bebyggelsen af koncerthuset, og det resulterede ultimativt, at Realdania i 2001 donerede 5 mio. kroner til det kommende hus.<sup>69</sup>

Realdanias donation medvirkede til, at den tidligere ønskede arkitektkonkurrence om koncerthuset i 2002 kunne blive en realitet. For at sikre den arkitektoniske kvalitet, der ønskedes for huset, donerede Realdania yderligere 55 mio. kroner til projektet. Kort tid herefter blev det nye koncerthus navngivet

---

<sup>66</sup> Krabbe, P. ”Så kom vennerne” i *Drømmen og Gejsten*. S. 17 – 22.

<sup>67</sup> Krabbe, P. ”Den rytmiske musik blev ”skrevet ud”” i *Drømmen og Gejsten*. S. 23 – 27.

<sup>68</sup> Krabbe, P. ”Så kom vennerne” i *Drømmen og Gejsten*. S. 17 – 22.

<sup>69</sup> Krabbe, P. ”Musikhus som sidegevinst” i *Drømmen og Gejsten*. S. 30 – 32.

Musikkens Hus.<sup>70</sup> Denne donation betød, at budgettet for det kommende koncerthus lød på 460 mio. kroner ekskl. moms – heraf skulle 155 mio. kroner bruges på musikhusdelen, 250 mio. kroner på uddannelses- og forskningsdelen, mens Realdanias seneste donation skulle øremærkes til optimering af de arkitektoniske detaljer.<sup>71</sup> I 2003 blev det østrigske arkitektfirma Coop Himmelb(l)au udpeget som vindere af arkitektkonkurrencen med deres design kaldet ”den gyldne reje”.<sup>72</sup> I forhold til det budget, huset var sat til, viste det sig hurtigt, at Coop Himmelb(l)aus design var for ambitiøst, og de næste år blev brugt på at redesigne huset og lave kompromisser i forhold til arkitektfirmaets oprindelige vision, således at huset var finansielt muligt at opføre. Det var dog uundgåeligt, at prisen måtte vokse, og i 2006 blev det estimeret, at Musikkens Hus ville komme til at koste ca. 1,2 mia. kroner.<sup>73</sup> I årene efter arkitektkonkurrencen var projektet derfor allerede i økonomiske problemer, da der skulle samles væsentligt flere økonomiske midler ind end først ventet.

Den nye pris på 1,2 mia. kroner, som Musikkens Hus ville komme til at koste medførte, at kommunen overtog styringen på projektet og fyrede Coop Himmelb(l)au i et forsøg på at finde en mere realistisk løsning. Forarbejdet i årene efter arkitektkonkurrencen havde kostet ca. 50 mio. kroner, og projektet syntes endnu engang usandsynligt, indtil Realdania ved udgangen af 2006 tilbød at påtage sig hovedansvaret for, at realisere byggeriet og bidrage med de midler, der måtte mangle.<sup>74</sup>

Realdanias indblanding medførte bl.a. at Coop Himmelb(l)au kunne blive genansat som arkitekter på projektet i 2007. Arkitektfirmaet designede igen en ny version af koncerthuset, der nu var budgetteret til 700 mio. kroner ekskl. moms. Af de midler, der, foruden Realdanias donationer, på daværende tidspunkt var blevet lovet til projektet, havde staten lovet 250 mio. kroner til uddannelsesdelen, Aalborg Kommune havde givet tilsagn om at bidrage med 60 mio. kroner, og det samme havde Nordjyllands Amt. De resterende finansielle midler skulle findes hos erhvervslivet såvel som ved diverse fonde og private investorer. Komiteen til Rejsning af Musikkens Hus i Nordjylland blev stiftet med netop formålet at finde sponsorer til projektet.<sup>75</sup> Den endelige pris på at bygge Musikkens Hus er blevet ca. 1 mia. kroner, hvoraf Realdania som hovedbidragyder har finansieret projektet med ca. 455 mio. kroner.<sup>76</sup>

---

<sup>70</sup> Krabbe, P. ”Præsentationen blev tilført realisme” i *Drømmen og Gejsten*. S. 33.

<sup>71</sup> Krabbe, P. ”Fra begejstring over nedtur til realitet” i *Drømmen og Gejsten*. S. 60 – 67.

<sup>72</sup> Krabbe, P. ”Og hvor skal huset så ligge?” i *Drømmen og Gejsten*. S. 34 – 40.

<sup>73</sup> Krabbe, P. ”Rummet – en del af orkestrets instrument” i *Drømmen og Gejsten*. S. 55 – 59.

<sup>74</sup> Krabbe, P. ”Fra begejstring over nedtur til realitet” i *Drømmen og Gejsten*. S. 60 – 67.

<sup>75</sup> Krabbe, P. ”Komiteen skaffede penge og opbakning” i *Drømmen og Gejsten*. S. 80 – 85.

<sup>76</sup> Realdania: ”Musikkens Hus i Nordjylland”: <https://realdania.dk/projekter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)

Den 31. maj 2010 påbegyndtes byggeriet af Musikkens Hus.<sup>77</sup>

### Beboere

Huset blev, som nævnt, oprindeligt bygget til at være et nyt hjemsted for Aalborg Symfoniorkester. Herudover huser Musikkens Hus også egen administration, en restaurant kaldet Musikkens Spisehus og sekretariatet for Aalborg Operafestival samt en forsknings- og uddannelsesafdeling hvori Aalborg Universitets musikuddannelser og musikterapi samt Det Jyske Musikkonservatorium hører til.

Aalborg Symfoniorkester består af ca. 65 musikere, og har eksisteret siden 1943.<sup>78</sup> Udover at orkestrets ledelse givetvis ønskede en koncertsal med optimal akustik ved indflytningen i Musikkens Hus, var det også et kriterie for orkestret, at de skulle kunne øve i koncertsalen i dagligdagen, således at der var mulighed for reelt at vide, hvordan musikken ville klinge i salen forinden koncerterne. Herudover råder orkestret over en række øvelokaler.<sup>79</sup>

Symfoniorkestret er statsstøttet, og ikke tænkt til at skulle generere finansielt overskud. I henhold til en rammeaftale mellem Aalborg Symfoniorkester og Kulturministeriet fra 2018 forventes orkestrets billetindtægter i 2019 at være ca. 4,6 mio. kroner, mens orkestret i samme periode modtager 20,8 mio. kroner i driftstilskud fra staten samt 29,3 mio. kroner i kommunalt tilskud. Pga. den store finansielle støtte er orkestret underlagt krav om at skulle spille et varieret repertoire, der inkluderer danske værker samt være til rådighed for ballet- og musikdramatiske forestillinger og spille koncerter uden for regionen. Disse krav er stillet med henblik på at gøre Aalborg Symfoniorkester til en alsidig institution, der kan tiltale et bredt publikum og hjælpe med at fremme musik- og kulturlivet i Aalborg. Herudover er det en af orkestrets målsætninger at styrke både børn, unge og voksnes viden om klassisk musik samt at støtte op om udviklingen af nye musikalske talenter.<sup>80</sup>

Sammenlægningen af Musikkens Hus og diverse musikuddannelser har, som nævnt tidligere, været essentiel for realiseringen af projektet. Bygningen er derfor designet med den store koncertsal i dens

---

<sup>77</sup> Krabbe, P. "Så kom spaderne i jorden" i *Drømmen og Gejsten*. S. 89 – 90.

<sup>78</sup> Aalborg Symfoniorkester: "Mennesker, musik og magi mødes hos Aalborg Symfoniorkester": <https://www.aalborgsymfoni.dk/OM-OS/Historien> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>79</sup> Krabbe, P. "Rummet – en del af orkestrets instrument" i *Drømmen og Gejsten*. S. 55 – 59.

<sup>80</sup> Bilag 1 – Slots- og Kulturstyrelsen: "Rammeaftale"

centrum omklamret af en U-formet bygning, hvori uddannelser og forskning residerer på husets øverste etager.<sup>81</sup>

Det Jyske Musikkonservatoriums lokaler tæller en række undervisnings- og øvelokaler samt et lydstudie. Herudover har det været et krav fra konservatoriets side, at de skulle have adgang til en koncertsal, hvori de studerende kunne opføre koncertcaféer, semesterkonserter og eksamener. Til dette formål er Rytmisk Sal blevet bygget i husets kælder.<sup>82</sup>

Aalborg Universitet råder over tilsvarende faciliteter i Uddannelses U-et, men har ingen særskilte koncertfaciliteter til rådighed.<sup>83</sup>

Aalborg Operafestival har eksisteret siden 2001, hvor den første festival fandt sted i Aalborg Kongres og Kultur Center. I 2002 indledtes et samarbejde med Aalborg kommune om at få spredt festivalens aktiviteter ud i byen, og i 2004 overtog kommunen ledelsen af festivalen. I 2014 flyttede festivalens sekretariat ind i Musikkens Hus, som hermed også overtog ledelsen af festivalen. Til trods for koncerthusets overtagelse af ledelsen, er festivalen stadig et samarbejdsprojekt mellem flere af regionens kulturinstitutioner, heriblandt Teater Nordkraft og Opera i Rebild.<sup>84</sup>

Da Musikkens Hus åbnede, blev huset hjemsted for Center for Dansk Jazzhistorie. Centeret hørte på daværende tidspunkt under Aalborg Universitet, og er foruden et forskningscenter inden for dansk jazz, også indehaver af en af Europas største samlinger af LP'er, CD'er, litteratur, video mm. centreret om jazzmusik. Fra januar 2016 overgik centeret til at blive en selvstændig ikke-erhvervsdrivende fond.<sup>85</sup> Samme år blev Center for Dansk Jazzhistorie flyttet ud af Musikkens Hus for i stedet at skabe

---

<sup>81</sup> Realdania: "Musikkens Hus i Nordjylland": <https://realdania.dk/projekter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>82</sup> Det Jyske Musikkonservatorium: "Faciliteter i Aalborg": <https://www.musikkons.dk/index.php?id=49> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>83</sup> Aalborg Universitet: "Musikuddannelsen på Aalborg Universitet": <https://www.musik.aau.dk> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>84</sup> Aalborg Opera Festival: "Om Aalborg Operafestival": <https://www.aalborgopera.dk/info/om-aalborg-operafestival/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>85</sup> Center for Dansk Jazzhistorie: "Mere om jazzcenteret": <https://www.jazzcentret.dk/Mere+om+Jazzcentret/> (sidst besøgt 02.06.2019)

plads i huset til universitetets uddannelse i musikterapi<sup>86</sup> og Center for Dokumentation og Forskning i Musikterapi.<sup>87</sup>

En anden af Musikkens Hus' tidligere beboere er Orkester Norden. Orkesteret er et symfoniorkester sammensat af unge musikere fra de nordiske lande. Det skifter hjemsted hvert femte år, og har ikke tidligere haft base i Danmark. Pga. den skiftende base, har der siden Orkester Nordens indflytning i Musikkens Hus hersket en konsensus om, at orkesteret ville flytte ud af huset igen på sigt. Dette skete i 2018.<sup>88</sup>

### Arkitektur og kunst

En af målsætningerne, Musikhusets Venner satte for det endelige koncerthus var, at det skulle være en arkitektonisk "perle" således, at arkitekturen alene ville kunne trække folk til huset, og koncerthuset desuden ville få større muligheder for at blive betragtet som et vartegn for Aalborg.<sup>89</sup>

Som nævnt, blev det østrigske Coop Himmelb(l)au, der vandt arkitektkonkurrencen, og dermed blev udvalgt til at designe Musikkens Hus. Firmaet har opnået stor international anerkendelse efter bl.a. at have deltaget i udstillingen *Deconstructivist Architecture* på kunstmuseet MoMA i New York i 1988. Coop Himmelb(l)aus stifter Wolf D. Prix, som er hovedarkitekt på Musikkens Hus, bliver endvidere betragtet som en af ophavsmændene til bevægelsen dekonstruktiv arkitektur.<sup>90</sup>

Et nøgleord, arkitekterne har brugt flere steder i byggeriet, er synergi. Dette gælder til dels husets ydre i beton, stål og glas, der er tænkt til at blive naturligt integreret i området. De omkringliggende bygninger, ved Musikkens Hus' åbning, inkluderede bl.a. Nordkraft ved husets sydside samt siloer ved østsiden. Begge disse, er lavet af beton, hvorfor Musikkens Hus' facader mod især syd, øst og vest hovedsageligt er præget af samme materiale. Synergien har også været en væsentlig detalje for arkitekterne i deres design af husets indre, hvor de har fokuseret på, at dets tre foyerer er store rum i åben sammenhæng med hinanden, tænkt til at blive benyttet som et leverum eller "en slags dagligstue" af byens beboere. I den øverste af foyererne er der herudover lavet tre vinduer ind til

---

<sup>86</sup> Musikkens Hus: "Velkomst til musikterapi i Musikkens Hus & koncerten Musikalske Fortællinger": <https://www.musikkenshus.dk/ovrigt-arrangementer/velkomst-til-musikterapi-i-musikkens-hus-koncerten-musikalske-fortaellinger/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>87</sup> Aalborg Universitet: "Center for dokumentation og forskning i musikterapi": <https://www.musikterapi.aau.dk/cedomus/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>88</sup> Musikkens Hus: "Orkester Norden": <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/beboerne/orkester-norden/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>89</sup> Krabbe, P. "Vi fortsætter kampen, til huset står færdigt" i *Drømmen og Gejsten*. S. 86 – 88.

<sup>90</sup> Coop Himmelb(l)au: "Wolf D. Prix": <http://www.coop-himmelblau.at/studio/wolf-d-prix/> (sidst besøgt 02.06.2019)



koncertsalen, så husets brugere kan følge med i aktiviteterne derinde.<sup>91</sup> Som en tilføjelse til ambitionen om synergi i foyerområder findes kunstværket *Reflecting Frequencies*, designet af kunstneren Jeppe Hein, ligeledes i den øverste foyer. Værket hænger i loftet, og er designet som et rundt spejl. Tanken bag spejlet er til dels, at det skal agere bindeled mellem to foyerområder, når besøgende kigger op i det. Det skal desuden illustrere frekvensbølger via sin ujævne overflade.<sup>92</sup> På nordsiden af Musikkens Hus ligger Limfjorden, som huset også er forsøgt bygget i synergi med. Fjorden har inspireret de ”flydende” former i huset, hvilket bl.a. inkluderer husets runde vinduer, de mange amøber, der findes på husets inder- og yderside og bølgerne, der er bygget ind i gulvet i koncertsalen, og fortsætter ud i foyeren og videre ud på pladsen foran huset i retning mod fjorden. I 2014 blev Musikkens Hus kåret som vinder af den nationale pris Årets Byggeri. Dette akkrediteres til dels til den iøjefaldende arkitektur og de mange års forventning om byggeriet af Aalborgs nye koncerthus.<sup>93</sup>

### Koncertsalene

Musikkens Hus’ store koncertsal har plads til 1.298 siddende gæster. Da salen skal kunne benyttes til akustisk symfonisk musik, var det nødvendigt at designe salens akustik med dette for øje. For at sikre den bedst mulige lyd til symfonikoncerterne, er firmaet Artec valgt som projektledere på akustik.<sup>94</sup> For at sikre, at koncertsalen kan tilpasses forskellige typer af koncerter, er der installeret elementer, der kan ændre på akustikken. Disse elementer består af justerbare reflektorer i loftet af salen, og tæpper langs væggene, der kan trækkes for, hvis man ønsker at dæmpe efterklangstiden i tilfælde af bl.a. rytmiske koncerter.<sup>95</sup> Herudover indeholder salen bl.a. et orgel bestående af 5.450 piber, doneret af bl.a. Det Obelske Familiefond.<sup>96</sup>

---

<sup>91</sup> Lind, E., Hammershøj Boye, M.: *Musikkens Hus – Lad Dig Bevæge*, s. 8 – 9. Red.: Hvidbjerg, H., Møller Overgaard, J. Vrå: Vestergaards Bogtrykkeri, 2014.

<sup>92</sup> Jeppe Hein: *”Reflecting Frequencies”*:

[http://www.jeppehein.net/pages/project\\_id.php?path=publics&id=222](http://www.jeppehein.net/pages/project_id.php?path=publics&id=222) (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>93</sup> Rambøll: *”Musikkens Hus: Harmonisk samspil i helstøbt kulturhøjborg”*:

<https://dk.ramboll.com/projects/rdk/musikkens%20hus> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>94</sup> Musikkens Hus: *”Koncertsalen”*: <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/faciliteterne/koncertsalen/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>95</sup> Klassisk: *”Anmeldelse: Musikkens Hus – Nordjydernes egen koncertsal”*:

<https://klassisk.org/artikel/anmeldelse-musikkens-husnordjydernes-egen-koncertsal/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>96</sup> Marcussen & Søn: *”Musikkens Hus – Aalborg”*: <http://marcussen-son.dk/orgler/musikken-hus--alborg/> (sidst besøgt 02.06.2019)

I kælderen findes husets øvrige sale. Disse inkluderer den næststørste sal, Intimsalen. Salen har plads til 300 siddende gæster, og kaldes husets ”multirum”. Dette navn er baseret på, at salen akustisk set er lavet til klassisk musik (kammermusik), men at den, ligesom koncertsalen, er udstyret med tæpper, der kan dæmpe efterklangstiden, så denne sal ligeledes kan bruges som rytmisk koncertsal.<sup>97</sup>

Endelig forefindes Musikkens Hus’ små sale, Rytmisk Sal og Klassisk Sal, også i kælderen. De kan begge rumme ca. 120 – 140 gæster. Som nævnt, hører rytmisk sal til Det Jyske Musikkonservatoriums lokaler. Denne sal er derfor bygget til rytmisk musik, og har en lav efterklangstid på 0,5 sekunder. Modsat har klassisk sal, ligesom husets øvrige sale, en noget højere efterklangstid, så den kan bruges til klassisk musik. Denne sal er oprindeligt bygget til musikkonservatoriet,<sup>98</sup> men benyttes primært til andre formål, da Det Jyske Musikkonservatorie pt. udelukkende tilbyder uddannelser i klassisk musik på deres campus i Aarhus.<sup>99</sup>

### Målsætninger

I henhold til virksomhedsbeskrivelsen af Musikkens Hus fra år 2016, er husets mål bl.a. at være et levende koncerthus, og en både faciliterende og producerende kulturinstitution. Huset skal være vært for arrangementer af høj kunstnerisk kvalitet, og programmet skal kunne tiltrække et bredt publikum. Programlægningen skal desuden være fremadskuende og eksperimentere med udvikling af nye originale koncepter. Beboerne i huset skal bidrage til et inkluderende og kreativt miljø i huset.

Målsætningerne for de efterfølgende år lyder herudover på at arbejde med talentudvikling, skaber flere samarbejder i og udenfor regionen, og udvikle klassiske koncertoplevelser, der appellerer til nye målgrupper.<sup>100</sup>

### Musikkens Hus som medie

Betragter man Musikkens Hus i forhold til Klaus Bruhn Jensens teori om medier af forskellige grader, er huset eller mere specifikt koncertsalene heri, som nævnt, medier af første grad, da disse kræver en her-og-nu tilstedeværelse mellem afsender og modtager.

---

<sup>97</sup> Byggeplads.dk: ”Musikkens Hus”:

<https://www.byggeplads.dk/byggeri/kommende/kulturcenter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>98</sup> Musikkens Hus: ”Klassisk Sal”: <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/faciliteterne/klassisk-sal/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>99</sup> Det Jyske Musikkonservatorium: ”Studieplaner for klassiske uddannelser”:

<https://www.musikkons.dk/index.php?id=3617> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>100</sup> Bilag 2 – Musikkens Hus: ”Virksomhedsbeskrivelse for Musikkens Hus”

Herudover har Musikkens Hus også ved flere lejligheder været vært for medier af anden grad, eller mere specifik tv. Dette inkluderer bl.a. *TV2 Playlisten*<sup>101</sup> og *TV2 Alletiders Juleshow*<sup>102</sup>, som begge er blevet filmet i huset årligt siden 2015. Via sådanne tv-produktioner har Musikkens Hus mulighed for at gøre sig selv og Aalborg bemærket over for et nationalt publikum. Hvor det traditionelle koncertmedie giver mulighed for nærvær, kontakt og intimitet, mangler det muligheden for at nå et bredt publikum på samme tid. Denne form for massekommunikation kan dog etableres ved netop at lave koncerter, der samtidig er tv-produktioner.

Skal man tro på Luhmanns udtalelser om massemediernes udbredelse og centrale rolle i det moderne samfund, er det givetvis et klogt træk fra Musikkens Hus' side at samarbejde med et massemedie, da dette potentielt set kan give huset selv en mere prominent rolle i samfundet. Massemediernes rolle i den moderne borgers liv, er umiddelbart kun blevet større siden udgivelsen af bogen *Massemediernes realitet*, hvorfor at et sådant samarbejde med et massemedie, kan være bidragende til ikke kun at sikre, at Musikkens Hus opnår eller bibeholder en del af borgernes opmærksomhed, men også at vise omverdenen, at huset er klar til at følge med udviklingen i det øvrige samfund ved at involvere sig med andre typer af medier, der ikke traditionelt set associeres med koncerthuse.

En anden måde, hvorpå Musikkens Hus og Aalborg Symfoniorkester søger at vise netop denne interesse i at fange brugernes opmærksom ved at følge med mediernes udvikling, ses eksempelvis, når huset afholder de såkaldte filmkoncerter. Ved denne type koncerter afspilles en spillefilm på et lærred, mens et symfoniorkester (eller mindre grupper af musikere) er placeret på scenen, og akkompagnerer filmen ved at spille al dens underlægningsmusik. Disse film inkluderer bl.a. Harry Potter-filmene, som Musikkens Hus i 2017 opkøbte rettighederne til som filmkoncerter i Norden.<sup>103</sup> Gennem denne type koncerter forbindes et førstegradsmedie med oplevelsen af et andengradsmedie. Hermed giver filmkoncerterne mulighed for, at huset ikke kun kan tiltrække publikummer, der har en reel interesse for at tage til koncerter, men også kan tiltrække nye brugere, der vægter filmoplevelser højt. Herudover kan filmkoncerter skabe et fokus på og en interesse for symfonisk musik, der når en bredere målgruppe end de traditionelle symfonikoncerter.

---

<sup>101</sup> Musikkens Hus: "TV2 Playlisten 2018": <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/tv-2-playlisten-2018-kl-1900/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>102</sup> Musikkens Hus: "TV2 Alletiders Juleshow 2018": <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/tv-2-juleshow-kl-2000/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>103</sup> Bilag 3 - Musikkens Hus: "Musikkens Hus henter Harry Potter™ filmkoncerter til Norden"

Et andet initiativ, Aalborg Symfoniorkester har taget med forhåbning om at ramme en bredere målgruppe, er de såkaldte *Video Games in Symphony*.<sup>104</sup> Ved disse koncerter spiller orkestret musik fra diverse computerspil. På denne måde udvides målgruppen til et anderledes publikum, hvis interessefelt primært ligger hos tredjegradsmedierne. I 2018 afholdt symfoniorkestret *Video Games in Symphony* i forbindelse med spilfestivalen *STARCADE*, der fandt sted i Aalborg Kongres & Kulturcenter, hvormed orkestret potentielt set ville have stor mulighed for at tiltrække et publikum, da deltagerne i festivalen netop var i Aalborg for at dyrke deres interesse for computerspil.<sup>105</sup>

### Beboernes rolle i institutionen

Det er vigtigt at understrege, at Musikkens Hus muligvis er mest kendt for at være et koncerthus, men også er en institution, der rummer andet og mere end koncertoplevelser, for uden husets beboere er det usandsynligt, at Musikkens Hus var blevet en realitet.

Implementeringen af musikuddannelser og forskning i Musikkens Hus, bidrager givetvis til husets mulighed for at være en mere nuanceret institution end koncerthuse i ordets klassiske forstand. I henhold til værdikæden<sup>106</sup> i det danske musikliv er sammenføjes af musikuddannelser og koncerthus i én samlet institution medvirkende til, at Musikkens Hus potentielt set kan inkludere både uddannelser/undervisning, skabende- og udøvende musikere og distribution af musik. Hermed er produktion det eneste led i værdikæden, der principielt ikke er repræsenteret i huset, og selv dette findes der i nogen grad mulighed for, da uddannelserne har faciliteter til produktion af musik.

Ved uddannelsernes tilstedeværelse opnår huset status som ikke blot at være en del af mediasystemet (og danne rammerne om dele af kunstens system), men også en del af uddannelsessystemet (jf. Niklas Luhmann). At disse to systemer eksisterer i samme bygning og dermed har fælles rammer, medfører på sin vis, at de to systemer er med til at opretholde hinanden. Koncerthusdelen er som medie med til at skabe større fokus på Aalborg som en by, der er bevidst om kultur, hvormed interessen for de musikere, der uddannes potentielt kan blive større. Herudover besidder koncerthuset kvaliteter, der kan lokke musikinteresserede til byen, hvilket kan resultere i større opmærksomhed og søgning til uddannelserne. Musikuddannelserne bidrager med nye musikere såvel som forskere, producenter og

---

<sup>104</sup> Musikkens Hus: "*Video Games in Symphony*": <https://www.musikkenshus.dk/kalender/video-games-in-symphony-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>105</sup> Aalborg Kongres & Kulturcenter: "*Aalborg Symfoniorkester i gaming-koncert*": <https://akkc.dk/nyhedsarkiv/saeson-2017-2018/aalborg-symfoniorkester-i-helt-utrolig-spaendende-gaming-koncert/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>106</sup> Bilag 4 – Statens Kunstråds Musikudvalg: "*Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv*"

undervisere mm., der ikke kun kan opfylde en eventuelt interesse for nye musiktalenter, men også kan videreformidle musiks generelle kvaliteter og gavne musikindustrien på andre måder, hvormed offentlighedens interesse for koncerthusmediet potentielt set vil vokse. Endelig bør det også nævnes, at de forskellige beboere i huset uundgåeligt reklamerer for hinanden, da de netop eksisterer under så tætte forhold.

Aalborg Symfoniorkester leverer givetvis størstedelen af det klassiske indhold i Musikkens Hus' program, og er dermed en væsentlig del af koncerthusdelen af huset. Som det fremgår af den tidligere omtalte rammeaftale mellem Kulturministeriet og symfoniorkestret, kommer størstedelen af orkestrets finansielle midler fra staten og kommunen. Det er givetvis omkostningsfuldt at drive et orkester af den størrelse, så derfor kan det være vanskeligt at forstå det offentliges interesse i at investere midler i et orkester, der både er dyrt og ikke sælger billetter nok til at sikre egen overlevelse. En del af en interessen findes sandsynligvis i, at den klassiske musik netop repræsenterer en stor del af den vestlige musikkultur. Som Klaus Bruhn Jensen nævner i sin artikel, er musikvidenskaben i høj grad baseret på den vestlige klassiske instrumentalmusik, og denne type af musik er dermed blevet gjort til et væsentligt element for at forstå al øvrig musik, hvorfor der kan være en kulturel interesse i at bevare den. Den klassiske musik repræsenterer historie og traditioner, og kan dermed danne grundlag for et bekendtskab med andre tidsperioder og andre kulturer. Aalborg Symfoniorkester repræsenterer finkultur, hvilket også kan være en medvirkende faktor i statens og kommunens interesse i det, da denne vedligeholdelse af ”god kultur” repræsenterer et samfund, der netop vægter kultur og kunst højt frem for at udelukke at stille sig tilfreds med den mere tilgængelige, men mindre prestigefulde populærkultur.

Foruden de tidligere nævnte film- og videospilkonserter, søger Aalborg Symfoniorkester også på anden vis at vække interesse for orkesteret blandt borgere, der ikke besidder en decideret interesse for klassisk musik. Dette har bl.a. medført et samarbejde med Musikkens Hus i form af koncerterne *Musikkens Miks*.<sup>107</sup> Her opfører nogle rytmiske musikere en række af deres mest populære numre med akkompagnement af symfoniorkestret. Desuden skriver hver solist et nyt musikstykke specielt til denne koncert. I sådanne koncerter mødes populærmusikken med finkulturen, i et forsøg for at få den brede befolkning til at interessere sig for den ”gode kultur” til trods for, at orkestret her må tage udgangspunkt i let tilgængelig musik. Ved sådanne koncerttyper såvel som de andre ”alternative”

---

<sup>107</sup> Musikkens Hus: ”*Musikkens Miks*”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/musikkens-miks-2018/> (sidst besøgt 02.06.2019)

symfonikoncerter, kan orkestret lokke publikum til ved løftet om en unik koncertoplevelse, der ofte ikke gentages i sit nøjagtige format, hvormed den enkelte publikummers tilstedeværelse givetvis kan være et symbol på prestige. Herudover giver sådanne koncerter gæsterne en overskuelig mulighed for at simulere en interesse i finkultur (og dermed potentielt set også opnå prestige), mens de i realiteten udelukkende oplever et ”highbrow”-orkester opføre populærkultur.

### Musikkens Hus' kulturelle værdi

For at etablere en relation til den størst mulige del af befolkningen, er det i Musikkens Hus' interesse at planlægge et alsidigt og bredt program, og på den måde danne ramme om oplevelser, der besidder kulturel værdi for flest mulige borgere (jf. Bourdieu). Derfor huser Musikkens Hus ikke kun den klassiske musik men også et bredt spektrum af rytmiske mere eller mindre populærmusikalske koncerter, der tiltaler både den brede og snævre befolkning. Dette inkluderer bl.a. en rytmisk festival kaldet *Musikkens Beat*, der blev lanceret i foråret 2019 og afholdt i huset. Idéen om en festival er opstået som et resultat af en ambition om at skabe nye og unikke koncepter frem for udelukkende at danne ramme om eksisterende koncertoplevelser.<sup>108</sup> Disse nye koncepter bliver bl.a. brandet under titlen *Musikkens* for at sikre opmærksomhed blandt gæsterne om, at de netop er udtænkt af huset selv. Blandt disse koncepter kan nævnes *Musikkens Beat*, *Musikkens Miks*, *Musikkens Fællessang*,<sup>109</sup> *Musikkens Udvalgte*<sup>110</sup>

Foruden at huse arrangementer, der kan bidrage med kulturel kapital for musikinteresserede, besidder Musikkens Hus også muligheder for kulturelt værdifulde oplevelser for de gæster, der ikke vægter musik højt. Herunder kan arkitekturen nævnes, da huset, som nævnt, er designet med henblik på bl.a. netop spektakulær arkitektur, der kan tiltrække besøgende med interesse herfor. For kulinarisk interesserede findes restauranten Musikkens Spisehus, der bl.a. er kåret som Aalborgs bedste brunchsted ved Aalborg Awards 2019.<sup>111</sup> For virksomheder, der gerne vil indikere en interesse i kultur, er der mulighed for at leje husets lokaler til diverse erhvervsarrangementer, ligesom de også

---

<sup>108</sup> Migogaalborg: ”Aalborg får ny musikfestival: flere topnavne er netop meldt ud”:

<https://migogaalborg.dk/musikkens-beats-er-ny-musikfestival-i-musikkens-hus/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>109</sup> Musikkens Hus: ”Musikkens Fællessang”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2019/musikkens-faellessang-livsvaerk-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>110</sup> Musikkens Hus: ”Musikkens Udvalgte”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2019/musikkens-udvalgte-30-03-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>111</sup> Migogaalborg: ”Prisregn: Her er alle vinderne til AALBORG AWARDS 2019”: <https://migogaalborg.dk/her-er-alle-vindene-til-aalborg-awards-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)

kan lejes af enkeltpersoner til private fester.<sup>112</sup> Endelig afholder Musikkens Hus også foredrag i samarbejde med bl.a. foredragsvirksomheden TIKKO med en række mere eller mindre berømte personligheder, der repræsenterer forskellige professioner, sociale klasser, værdisæt og idealer.<sup>113</sup>

Mens Musikkens Hus, som nævnt, besidder en række aspekter, der kan medføre kulturel kapital for dets brugere, genererer huset også kapital for Aalborg som helhed.

Huset vidner om en interesse for vedligeholdelse og udvikling af et kulturliv i Aalborg. Herudover symboliserer det, at Aalborg er en by i udvikling, der værner om netop nye og mere eller mindre innovative kulturtilbud til dets borgere. Foruden at bidrage til de nuværende borgeres hverdag, besidder et sådant hus også evnen til at tiltrække både turister og nye virksomheder og ansatte til det aalborgensiske erhvervsliv. Opbakningen og interessen fra erhvervslivet har tilsyneladende været til stede, hvilket fremgår af listerne over husets bidragydere<sup>114</sup> og sponsorer.<sup>115</sup>

En imageundersøgelse foretaget af Jysk Analyse for Musikkens Hus i 2015 viste, at en fjerdedel af nordjyderne havde besøgt Musikkens Hus inden for det første år efter dets åbning. Herudover viste analysen også at 89% af alle nordjyder var bekendt med huset.<sup>116</sup> Tallene er vokset i de fire år, der er passeret siden undersøgelsen, og året efter viste en tilsvarende imageundersøgelse, at en tredjedel af alle nordjyder havde besøgt huset inden for det seneste år.<sup>117</sup> Musikkens Hus har naturligvis fået opmærksomhed fra pressen i forbindelse med dets åbning, men har herudover haft pressens interesse ved flere lejligheder siden. Dette inkluderer bl.a. de tidligere nævnte nationale tv-shows afholdt i huset, prisen som årets byggeri i 2014 samt kåringen af husets direktør, Lasse Rich Hemmingsen, som årets leder i 2018.<sup>118</sup> Den positive opmærksomhed og det udbredte kendskab til Musikkens Hus er givetvis gavnligt for huset selv, men er desuden fordelagtigt for Aalborg, da det skaber større interesse for byen. Større interesse kan, som nævnt, medføre større turisme. Ifølge tal fra VisitAalborg er antallet af overnattende turister i Aalborg steget i perioden efter Musikkens Hus' åbning. Hvor der i perioden 2011 – 2014 gennemsnitligt var 660.153 overnattende turister i byen årligt, er det årlige

---

<sup>112</sup> Bilag 5 – Musikkens Hus: "Arrangementer: Erhverv"

<sup>113</sup> TIKKO: "Arrangementer og foredrag i nærheden af Aalborg": <https://www.tikko.dk/foredrag-i/aalborg/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>114</sup> Bilag 6 – Musikkens Hus: "Bidragydere"

<sup>115</sup> Musikkens Hus: "Sponsorer": <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/sponsorer/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>116</sup> Bilag 7 – Musikkens Hus: "Hver fjerde nordjyde har besøgt Musikkens Hus"

<sup>117</sup> Bilag 8 – Musikkens Hus: "Ny analyse af Musikkens Hus spiller maksimalt":

<sup>118</sup> Lederne: "Musikhus-direktør er årets leder": <https://www.lederne.dk/presse-og-nyheder/pressemeddelelser/2018/musikhus-direktoer-er-aarets-leder/> (sidst besøgt 02.06.2019)

gennemsnit i de efterfølgende fire år (2015 – 2018) steget til 733.466.<sup>119</sup> Tallene kan ikke krediteres Musikkens Hus' åbning alene, da det ikke er den eneste ændring, der er sket i byen, men huset og den opmærksomhed, det har skabt for byen, har sandsynligvis haft en del af indflydelsen på den stigende turisme.

Musikkens Hus' status som et af Aalborgs vartegn bidrager givetvis også med kulturel- såvel som økonomisk kapital til huset selv. Det, at være et af udvalgte byggerier i byen, aalborgensere, nordjyder eller danskere generelt er bekendt med er gavnligt for husets status i forhold til dets konkurrenter. Hertil kan husets kulturelle status for byen være medvirkende til at tiltrække publikummer og nye studerende til husets uddannelsesafdeling såvel som et bredere udvalg af optrædende musikere.

### Borgernes opfattelse af Musikkens Hus

For at få et overblik over, tilfredsheden og interessen for Musikkens Hus blandt nordjyderne, får huset årligt lavet en såkaldt imageundersøgelse af Jysk Analyse. Den seneste af disse undersøgelser er fra 2018, og viser, at 42% af nordjyderne besøgte Musikkens Hus inden for det seneste år. 93% af disse var enten meget tilfredse eller tilfredse med deres seneste besøg i huset. Blandt de resterende respondenter svarede 6%, at de var delvist tilfredse, mens 1% var delvist utilfredse.<sup>120</sup> Undersøgelsen spurgte desuden ind til respondenternes generelle indtryk af Musikkens Hus. Hertil svarede 76%, at de havde et overvejende positivt indtryk af huset. Her forklarede respondenternes deres svar ved bl.a. at fremhæve salenes akustik, arkitekturen og programmet (herunder dygtigheden af de optrædende musikere, samt hvor ”store” musikere huset tiltrækker).<sup>121</sup> 4% af respondenterne svarede, at deres generelle indtryk af Musikkens Hus var overvejende negativt. Dette svar blev givet af respondenter, der bl.a. mente at mangle viden om husets udbud, ikke mente huset tilbød nok rockkoncerter, eller generelt respondenter, der ikke betragtede sig selv som koncertgængere overhovedet.<sup>122</sup>

Resultaterne af undersøgelsen tyder hermed på, at der ikke kun er stort kendskab til Musikkens Hus blandt de nordjyske borgere, men også stor tilfredshed med huset. De positive kvaliteter, der fremhæves er kvaliteter, der har været og fortsat er væsentlige for musikhuset, mens de negative holdninger overordnet set er vanskelige at imødekomme.

---

<sup>119</sup> Bilag 9 – VisitAalborg: ”Overnatningstal fordelt på måneder for perioden 01.2011 – 03.2019”

<sup>120</sup> Bilag 10 – Jysk Analyse: ”imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 19”

<sup>121</sup> Bilag 11 – Jysk Analyse: ”imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 22”

<sup>122</sup> Bilag 12 – Jysk Analyse: ”imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 23”



### Brugerundersøgelse af Musikkens Hus

Den tidligere omtalte brugerundersøgelse<sup>123</sup>, der er foretaget i forbindelse med denne afhandling, er, som nævnt, til dels lavet med henblik på at belyse reelle borgeres holdninger til koncertoplevelser generelt. Herudover er respondenterne også blevet spurgt specifikt ind til deres oplevelser i Musikkens Hus, og tanker om huset. Til spørgsmålet om, hvorvidt de har været til koncerter i huset svarede 36 ud af 45 af respondenterne, at de har været til én eller flere koncerter i huset.

Når respondenterne spørges ind til deres holdning til Musikkens Hus, er svarene overvejende positive. De positive kvaliteter, der fremhæves er især salene såvel som den generelle arkitektur og personalet. Herudover roser flere af respondenterne koncerternes generelle kvalitet såvel som variationerne eller bredden i programlægningen. Arkitektur og program er dog også blandt de kvaliteter, nogle af respondenterne mener, der er negative, da flere mener, at huset er grimt, og at programmet ikke er inkluderende over for mindre kendte musikere eller unge, lokale kunstnere, der er ved at påbegynde deres karrierer. Hertil klager flere over, at husets program generelt ikke henvender sig nok til det unge publikum, og at huset i det hele taget er for formelt til denne målgruppe, samt at billetpriserne er for høje. Endelig er flere af respondenterne utilfredse med, at drikkevarer ikke må medbringes i koncertsalen.

I forhold til respondenternes indtryk af Musikkens Hus' værdi for Aalborg, er der kun én, der ikke er tilfreds, da vedkommende ikke mener, at huset lever op til sit potentiale, da mange af husets koncerter lige så vel kunne være blevet afholdt på byens øvrige spillesteder. Herudover kritiserer to andre respondenter at huset ikke er inkorporeret nok i byen, og at dets eksistens muligvis kan være skadeligt for Aalborgs øvrige spillesteder. Blandt de positive kvaliteter, respondenterne mener, at Musikkens Hus har i forhold til Aalborg, nævner de bl.a. husets evne til at trække mennesker til byen, og "sætte Aalborg på verdenskortet". Dette tiltrækker, i respondenternes mening, såvel optrædende musikere som publikummer og mennesker, der generelt er interesserede i husets arkitektur. En anden af husets facetter, der er med til at tiltrække turister og skabe opmærksomhed om byen er, ifølge nogle respondenter, de nationale tv-shows, der afholdes her. Herudover mener flere respondenter, at huset er et tiltrængt samlingssted for byens musik- og kulturliv, mens det udvider aalborgensernes udvalg af koncertmuligheder. Generelt fremhæver mange kvaliteten af huset, og de kulturelle oplevelser, der afholdes her. En enkelt fremhæver også rammerne for musikuddannelserne, der har hjemsted i huset.

---

<sup>123</sup> "Koncertoplevelser i Musikkens Hus": <https://da.surveymonkey.com/results/SM-9736CMV6V/> (sidst besøgt 02.06.2019)

Respondenters svar på spørgsmålene indikerer stor tilfredshed med Musikkens Hus som helhed. Herunder mener respondenterne især, at huset er gavnligt for Aalborgs kulturliv og omdømme. En af Musikkens Hus' målsætninger er, som nævnt, at repræsentere et bredt program og være eksperimenterende og fremadskuende. Da flere respondenter omtaler husets program som alsidigt, er dette umiddelbart lykkedes, i deres mening. Det er dog ikke alle respondenter, der er enige i, at programlægningen er bred nok, ligesom nogle decideret mener, at huset ikke er "for dem" pga. deres alder. Huset har dermed endnu ikke opnået at blive anset af alle aalborgensere som "deres hus", selvom mange har været til koncert i huset, og anerkender dets positive kvaliteter. En del af problemet ligger sandsynligvis i husets selvforståelse som bl.a. værende hjemsted for Aalborg Symfoniorkester og diverse finkulturelle koncerter. Såfremt det indtryk, man måtte have af huset er, at det primært repræsenterer finkultur, vil det selvsagt ikke tiltale alle.

#### Musikkens Hus set i forhold til Aalborgs øvrige spillesteder

Ifølge de ovenstående afsnit, er reaktionen på Musikkens Hus positiv blandt aalborgenserne, og husets faciliteter, åbenhed, arkitektur, program og generelle muligheder har på flere måder potentiale til at gavne byen såvel som dens borgere. De øvrige spillesteder i Aalborg og Musikkens Hus' indflydelse på dem, er dog ikke omtalt i disse positive betragtninger.

Som nævnt var det oprindeligt meningen, at Musikkens Hus skulle designes som et klassisk koncerthus, hvilket også er reflekteret i det endelige design samt de akustiske forhold i det færdige hus. Ved hjælp af tæpperne på væggene i de tre klassiske koncertsale egner salene sig også til rytmisk brug. Ved Aalborg Symfoniorkestrets indflytning i huset blev Musikkens Hus Aalborgs største klassiske spillested, og en undersøgelse foretaget af Gallup i 2015 viste en stigning på 54% (fra 5,2% til 8,0% af nordjyderne) i antallet af gæster til klassiske koncerter i regionen efter husets åbning.<sup>124</sup> I de efterfølgende år er aktivitetsniveauet i Musikkens Hus steget, og i 2018 afholdt huset 202 arrangementer, hvor 119 var klassiske. Den klassiske musik udgjorde således ca. 59% af programmet, mens de resterende arrangementer bestod af ca. 18% rytmiske koncerter, 9% jazzkoncerter, 9% børn/unge-arrangementer og 5%, der karakteriseres som "øvrige".<sup>125</sup> Distinktionen mellem rytmisk

---

<sup>124</sup> Hasserisavis.dk: "Musikkens Hus gør nordjyderne mere klassiske":

<http://www.hasserisavis.dk/Nyheder/Musikkens-Hus-goer-nordjyderne-mere-klassiske?Action=1&M=NewsV2&PID=187> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>125</sup> Bilag 14 – Sonne Kristensen, B.: "Musikkens Hus om ny pop- og rock festival: vi tager et stort og spændende skridt" i Nordjyske, 2019.

musik og jazz, er Musikkens Hus' egen, men den separate fremhævelse af jazzkonserter, er antageligvis et resultat af, at huset ønsker at markedsføre sig selv som et hjemsted for finkultur. Klassisk musik fylder fortsat mest i Musikkens Hus' koncertprogram, men såfremt den stigende aktivitet fortsætter, vil huset givetvis på et tidspunkt også komme til at præsentere væsentligt flere rytmiske koncerter end det var tilfældet i 2018. Selvom Musikkens Hus givetvis er den største aktør, der er opstået i Aalborg i de seneste år, er det ikke den eneste. I tiden fra 2013 til 2018 opstod der foruden huset 11 nye aktører inden for rytmisk musik i Aalborgområdet inkl. nye spillesteder og festivaler.<sup>126</sup> De mange rytmiske koncerttilbud i byen medførte, at Sundheds- og Kulturudvalget i 2018 søgte at lave en ny strategi for det rytmiske musikmiljø i Aalborg på basis af bl.a. analyser af musikmiljøet og workshops. Strategien skal bl.a. skabe større samarbejde på tværs af spillestederne og mere fokus på talentudvikling samt mangfoldighed i udbuddet af rytmiske koncerttilbud, så byens udbud er tilpasset flest mulige målgrupper.<sup>127</sup> Ifølge analyserne ledende op til rapporten er antallet af koncerter i kommunen steget med 40% i perioden 2012 – 2016, mens antallet af publikummer er steget med 46% i samme periode. Ifølge disse tal, er udbuddet dermed vokset markant i løbet af de år, mens nordjydernes interesse for de rytmiske koncerter er mere end vokset med. Når tallene bliver udspecificeret på byens spillesteder, fremgår det, at fordelingen af de tilkomne publikummer ikke er ligeligt fordelt mellem de forskellige aktører. I ovennævnte periode har Huset eksempelvis mistet 5,51% af deres omsætning, og Studenterhuset har mistet 7,34%, mens Skråen og 1000Fryd har oplevet en stigning i omsætningen på hhv. 20,58% og 13,02%. I perioden 2014 – 2016 har Musikkens Hus øget deres omsætning med 28,88%.<sup>128</sup>

I en artikel udgivet i foråret 2019 i anledning af festivalen *Musikkens Beat*, udtaler adm. direktør i Aalborg Kongres & Kulturcenter, Nicolaj Holm, og leder af Skråen, Jørgen Nissen, begge tilfredshed med Musikkens Hus' rolle i det aalborgensiske musikmiljø, da huset giver et "boost" til kulturlivet i byen, og fylder et tomrum frem for direkte at overtage et andet spillesteds rolle. Nissen udtaler dog også, at huset uundgåeligt tiltrækker gæster, der ellers ville have besøgt et af byens øvrige tilbud, men at denne faktor, skønt ubelejlig, medvirker til at spillestederne er tvunget til at tænke innovativt i deres udbud og programlægning, hvilket kan gavne musikmiljøet på sigt. Kunstnerisk leder på Studenterhuset, Mads Mulvad, er mindre positivt stemt over for Musikkens Hus, da han mener, at

---

<sup>126</sup> Bilag 15 – Aalborg Kommune: "*Bilag 3: De økonomiske vilkår for den rytmiske musik i Aalborg Kommune 2018*"

<sup>127</sup> Bilag 16 – Aalborg Kommune: "*Godkendelse af strategi for det rytmiske musikmiljø*"

<sup>128</sup> Bilag 15 – Aalborg Kommune: "*Bilag 3: De økonomiske vilkår for den rytmiske musik i Aalborg Kommune 2018*"

huset gør det vanskeligt for de mindre aktører at konkurrere om borgernes opmærksomhed og dermed få en tilstrækkelig belægningsprocent til koncerterne samt at tiltrække optrædende musikere i det hele taget.<sup>129</sup>

Hvorvidt nogle af de mindre spillesteders faldende omsætning fra 2012 til 2016 er direkte relateret til Musikkens Hus' åbning, er vanskeligt at vurdere, men det er næsten uundgåeligt, at åbningen af et koncerthus i den størrelse vil have en form for effekt på de øvrige musiktilbud i byen. Mens nogle af de mindre og mere nicheprægede aktører principielt set ikke bør blive bemærkelsesværdigt påvirkede af husets eksistens, sigter flere af husets rytmiske koncerter efter det samme publikum som nogle af de øvrige steder,<sup>130</sup> hvilket også er ensbetydende med, at Musikkens Hus i nogle tilfælde hverver musikere, der tidligere ville have optrådt ved andre spillesteder i byen.<sup>131</sup>

## Diskussion

Hvad en koncertoplevelse betyder for den enkelte publikummer er vanskeligt at determinere. Koncerter er fænomener, hvilket er ensbetydende med, at oplevelsen af dem, er dybt subjektiv og afhængig af det enkelte individ. Derfor er det umuligt at besvare konkret hvad koncertoplevelser gør ved publikummerne, men spørgsmålet, der kan besvares er snarere, hvad de kan gøre. En besvarelse af dette bør tage sit afsæt i et bredt fundament af teori og viden, hvilket denne afhandling har søgt at gøre.

For at få en anderledes forståelse af, hvilken påvirkning, koncerter kan have på deres publikummer, kunne fokus for denne afhandlings teoretiske afsæt alternativt have været flermodalitet. En koncertoplevelse er en multimodal oplevelse, der ofte er fyldt med adskillige stærke sanseindtryk. Dette indebærer, at de tilstedeværende publikummer påvirkes fysisk ved til dels at blive ramt af lydbølger, når de hører musikken og de omringende publikummer, at kunne mærke bassen i brystet, at kunne se musikerne, lyset og omgivelserne, at kunne lugte sveden, smage den kunstige røg, blandt flere mulige sanseindtryk der befinder sig uden for hverdagens rum. Disse faktorer, der udgør den samlede oplevelse, kan være en medvirkende faktor til koncertoplevelsens mulighed for at ramme

---

<sup>129</sup> Bilag 13 – Sonne Kristensen, B.: "Musikkens Hus om ny pop- og rock festival: vi tager et stort og spændende skridt" i Nordjyske, 2019.

<sup>130</sup> Bilag 17 – Aalborg Kommune: "Opsamling og analyse af workshops mv."

<sup>131</sup> Bilag 13 – Sonne Kristensen, B.: "Musikkens Hus om ny pop- og rock festival: vi tager et stort og spændende skridt" i Nordjyske, 2019.

publikum følelsesmæssigt på et niveau, som ikke kan genskabes ved at se en optagelse af en koncert (jf. bl.a. Buhmann, Leman og Van Dyck), ligesom den samme multimodale oplevelse heller ikke vil kunne opnås ved at høre musik i hjemmet.

Andre faktorer, der sandsynligvis spiller ind i forhold til den enkelte publikummers oplevelse af en koncert, er vedkommendes forudgående associationer med musikken (hvilket også kort omtales af bl.a. Simon Frith og Christopher Small). Hvis vedkommende har stærke minder, forbundet med musikken, vil påvirkningen af at høre musikken live sandsynligvis være større og mere vedvarende. Dette omtales desuden af musikforsker og sociolog Tia DeNora, der mener, at oplevelsen af musik i høj grad er forbundet med de minder og associationer individet forbinder med musikken.<sup>132</sup> Ifølge professor i musikvidenskab og filosofi Peter Kivy er al oplevelse af musik og de følelser, der måtte knyttes hertil, subjektiv, da musik, i hans mening, ikke kan besidde iboende følelser. De følelser individet kan opleve ved at høre et bestemt stykke musik, er dermed pålagt musikken af individet selv, hvorfor den emotionelle oplevelse af musik i en livesituation givetvis også vil være subjektiv.<sup>133</sup>

Til trods for, at koncertoplevelser omhandler andet og mere end ”bare” musik, hænger koncerternes rolle i menneskers liv uløseligt sammen med musikkens. Derfor kunne en alternativ tilgang til denne afhandling påbegyndes ved at forsøge at determinere musikkens generelle vigtighed for det moderne samfunds borgere. Christopher Smalls teori om musikering relaterer sig til dette, men han er ikke den eneste, der har arbejdet med emnet. Af andre, der belyser musiks rolle i menneskers liv kan Jay Schulkin og Greta Raglan eksempelvis nævnes. I en artikel fra 2014 beskriver de, hvordan musikken på tværs af adskillige dyrearter (og herunder mennesker) bruges til kommunikation, mens den for mennesker er relateret til indlæring og sociale relationer og forbindelser. Herudover frigiver indtagelse af musik oxytocin og dopamin, hvilket indikerer, at musik medfører følelser af velvære og glæde hos mennesket.<sup>134</sup>

---

<sup>132</sup> DeNora, T.: ”*Music and self-identity*” i *The Popular music studies reader*, s. 141 – 147. Red.: Bennett, A., Shank, B., Toynbee, J. Abingdon: Routledge, 2006.

<sup>133</sup> Kivy, P.: ”*How music moves*” i *What is music – an introduction to the philosophy of music*, s. 147 – 164. Red.: Alperson, P. Haven Publications Inc., 1987.

<sup>134</sup> Raglan, G. B., Schulkin, J.: ”*The evolution of music and human social capability*”: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnins.2014.00292/full> *Frontiers in Neuroscience* (sidst besøgt 02.06.2019)

Musikkens Hus er blevet brugt som case i denne afhandling for at undersøge den struktur, der findes i et moderne koncerthus, og den indflydelse et sådant hus har på det samfund, det befinder sig i. Brugen af et praktisk eksempel kan bl.a. medvirke til at be- eller afkræfte den praktiske brugbarhed af udvalgte teorier. For at få et klarere billede af, hvorvidt Musikkens Hus er et enkeltstående tilfælde eller et symbol på en gennemgående tendens, kunne afhandlingen have taget større (induktivt) udgangspunkt i praktiske eksempler ved at sammenligne huset med andre familiære koncerthuse i de større danske byer såsom Odeon, Alsion og Musikhuset Aarhus. Ligesom Musikkens Hus rummer disse koncerthuse også øvrige faciliteter foruden koncertsale. Odeon er blevet hjemsted for Syddansk Musikkonservatorium, og husets faciliteter inkluderer bl.a. en teatersal til brug af Odense Teater.<sup>135</sup> Alsions beboere inkluderer bl.a. Syddansk Universitet og Sønderjyllands Symfoniorkester.<sup>136</sup> Beboerne i Musikhuset Aarhus tæller bl.a. Aarhus Symfoniorkester, Det Jyske Musikkonservatorium, Teaterhuset Filuren og Den Jyske Opera.<sup>137</sup> Hertil har alle tre huse også egne spisesteder. Foruden koncerter afholdes der endvidere også foredrag, musicals, stand-up mm. i disse koncerthuse. Sammenligner man de fire huse lader det dermed til, at der er en tendens til, at koncerthuse i det moderne Danmark generelt ikke kan betragtes udelukkende som koncerthuse, men at de snarere bør ses som multiinstitutioner, hvis formål ikke kun er at samle byernes musikliv, men også store dele alsidig kultur under ét tag.

En anden alternativ vinkel på undersøgelser af koncerthuse kunne være, at fokusere på sådanne huse igennem historien med henblik på at undersøge den udvikling og tilpasning til samfundet, de har gennemgået fra de første koncerthuse til dem, der findes i dag.

Disse tilgange er i denne afhandling fravalgt til fordel for en mere dybdegående undersøgelse af et konkret eksempel med basis i nutiden. Dette valg er truffet til dels, fordi afhandlingens interessefelt ikke ligger i fortiden, men i koncerthusenes plads i musikindustrien som den ser ud i dag. Herudover er dette valg truffet for at give denne afhandling mulighed for at gå i dybden med et koncerthus og dets plads i samfundet frem for at foretage en mere overfladisk undersøgelse af flere institutioner.

Det er næsten umuligt at lave en brugerundersøgelse, der er aldeles repræsentativ for en større gruppe mennesker som eksempelvis Aalborgs borgere. Alternativt kunne man, i stedet for at lave et

---

<sup>135</sup> Odeon: "Om os": <https://odeonodense.dk/om-odeon/om-os/> (sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>136</sup> Alsion: "Historien om Alsion": <http://alsion.dk/default1.aspx?id=21> sidst besøgt 02.06.2019)

<sup>137</sup> Musikhuset Aarhus: "Om Musikhuset": <https://musikhusetaarhus.dk/om-musikhuset/> sidst besøgt 02.06.2019)

spørgeskema, have foretaget korte mundtlige interviews af borgere rundt omkring i byen (f.eks. i en af byens gågader). Dette ville muligvis resultere i en mere repræsentativ gruppe af respondenter, men demografien blandt disse vil sandsynligvis stadig udelukke mange typer af sociale grupper, da resultaterne af sådanne interviews antageligvis vil kunne variere meget alt efter hvor i byen og hvornår på dagen/ugen, de pågældende interviews bliver foretaget. Herudover ville det muligvis primært være borgere, der har stærke holdninger (hvad end disse måtte være positive eller negative) til Musikkens Hus, der ville stoppe op for at deltage i et interview om bl.a. koncerthuset, da mange mennesker antageligvis ikke er tilbøjelige til at afbryde deres gøremål for at besvare spørgsmål fra folk, der forsøger at stoppe dem på gaden.

Foruden den brugerundersøgelse, der er lavet i forbindelse med denne afhandling, kunne det også være interessant at lave en undersøgelse specifikt henvendt mod borgere med totalabonnement til Aalborgs Symfoniorkesters koncerter. Her kunne det være interessant at høre deres meninger om, hvorfor de er interesserede i at tage til koncerter så hyppigt som minimum én gang om ugen i sæsonen, samt udspørge dem om deres holdninger til de nye koncepter (såsom film- og videospilskoncerter), symfoniorkestret opsætter.

Den brugerundersøgelse, der er blevet foretaget i forbindelse med denne afhandling, er, som nævnt tidligere, ikke tænkt til at være en bærende del af empirien. Havde kvalitative metoder været vægtet højere i afhandlingen, kunne det være interessant at foretage interviews af forskellige relevante aktører. Dette kunne bl.a. inkludere direktøren og/eller programchefen i Musikkens Hus samt ledere af andre danske koncerthuse. Sådanne interviews ville kunne give et klarere billede af, hvordan Musikkens Hus (og øvrige koncerthuse) hænger sammen som institution, og hvilke initiativer husets administration foretager for at nå deres målsætninger. Interviews med ledere af andre spillesteder i Aalborg, kunne ligeledes give et interessant indblik i, hvordan deres interne processer adskiller sig fra eller ligner dem i Musikkens Hus, samt give et mere dybdegående billede af, hvordan Musikkens Hus har påvirket deres virksomheder.

Denne afhandling har søgt at besvare sin problemformulering på et bredt teoretisk grundlag suppleret med praktisk anvendelse af valgte teorier igennem analyse af en relevant case samt et praktisk eksempel og udarbejdelse, distribuering og analyse af brugerbaserede spørgeskemaer. Denne metode har muliggjort en fyldestgørende og nuanceret besvarelse funderet i både teori og praksis. For yderligere at få et indblik i koncerter og koncerthusenes rolle, er der også andre mulige tilgange, som

nævnt ovenfor. Mens disse øvrige tilgange med al sandsynlighed ville have været interessante at arbejde videre med, ville en afhandling indeholdende alle omtalte tilgange mangle fokus og prioriteringer, hvorfor disse tilgange er blevet fravalgt.

## Konklusion

Den problemstilling, som denne afhandling har søgt at besvare, lyder som følger: *hvorfor vælger forbrugerne at tage til koncerter, og hvad er koncerthusenes rolle for både samfund og individ?*

Koncerthuse er, som nævnt, medier, der beskæftiger sig med underholdning. Dermed er de i direkte konkurrence med massemediernes udbud af dette. Massemediene vil, når de stiger i popularitet, uundgåeligt påvirke andre medieformer. Dette har, for musikindustrien, især gjort sig gældende i forbindelse med internettets udbredelse og de muligheder for salg og formidling af musik, der er fulgt hermed. Derfor er det nærliggende at antage, at internettets fortsat voksende rolle i borgernes liv udelukkende vil have en negativ effekt på salget af koncertbilletter, men det er ikke nødvendigvis tilfældet. Det fællesskab, der findes ved koncerter eksisterer ikke på samme niveau ved oplevelser med anden- og tredjegrads medier, så i takt med, at disse medietypers roller kommer til at fylde mere i borgernes hverdag, vil behovet for at opleve førstegradsmedier og det sociale, der følger hermed, antageligvis vokse. Koncertoplevelser besidder en ”her-og-nu”-hed, der ikke forefindes i indtag af massemedier, hvorfor de repræsenterer unikke oplevelser, der ikke kan gengives gennem de øvrige mediegrader. Koncertoplevelser kan hermed potentielt set blive ensbetydende med større kulturel kapital og prestige, da de netop er fjerne fra massemedieformerne, der gradvist fylder mere i publikummernes hverdag.

Inddragelse af massemediene har, i Musikkens Hus’ tilfælde, bidraget med uvurderlig national opmærksomhed i forbindelse med de tv-shows, der er blevet filmet i huset. Denne reklame kommer ikke kun huset til gode, men også Aalborg generelt. Herudover har både Musikkens Hus og Aalborg Symfoniorkester forsøgt at lave nye og anderledes koncertoplevelser, hvori de eksempelvis inkorporerer film og computerspil, for at fastholde massemediebrugernes opmærksomhed på koncerter. En sådan inkorporering af disse elementer, kan muligvis sikre at de yngre generationer vil være mere tilbøjelige til at udvikle eller opretholde en interesse for symfonisk musik på sigt – en interesse, der selvsagt er altafgørende for symfoniorkestrenes fortsatte eksistens.



Massemediernes indflydelse er dog ikke den eneste motivation til, at moderne individer fortsat viser interesse i at bruge penge på koncertoplevelser. Konserter giver muligheder for at opleve ”stjerner” i levende live, hvilket er en medvirkende faktor til at koncertsalen differentierer sig fra hverdagens ordinære rum. Her findes en ophøjet kommunikativ intensitet, bl.a. som resultat af, at alle publikummers opmærksomhed her er rettet mod én begivenhed og ét fælles mål – at få den bedst mulige oplevelse. Konserter kræver derfor en mental tilstedeværelse eller et fokus omkring ét objekt, som medier af andre grader ikke kræver. Her skal publikum ikke bekymre sig om arbejdsbyrden på jobbet, aftensmaden i morgen, eller hvem der skriver til dem på Facebook. De skal ikke engang bekymre sig om, hvem de er, eller hvordan de skal forholde sig til begivenhederne omkring dem, for her er de en del af en større enhed, hvormed de kan fralægge sig stort set alt ansvar, og opnå en frihed, hvis lige er svær at finde i hverdagen.

Musik spiller generelt en stor rolle i menneskers liv, og eksisterer mange steder i de forskellige soundscapes, mennesker oplever i deres dagligdag. Ingen andre musikoplevelser kan dog, i henhold til teorien, besidde samme intensitet som koncertoplevelser, bl.a. på grund af deres rammer for synkronisering af individet med ikke kun de øvrige publikummere, men også med musikken i sig selv. Dette skyldes herudover til dels, at koncerten finder sted uden for hverdagens rum samt, at publikum her kan tage del i musikken. De kan interagere med musikerne, ikke nødvendigvis direkte, men ved at tage del i en fælles energiudveksling blandt alle tilstedeværende.

Den musik, der bliver opført til koncerter, er selvsagt ikke irrelevant for den samlede oplevelse, men den er samtidig ikke den eneste faktor, der spiller ind for, at en koncert bliver en positiv oplevelse for publikummerne. Koncertoplevelser er både centrerede om musik og sociale relationer. Ikke nok med, at de danner rammer for fællesskaber, når publikummerne bliver en del af én samlet enhed, og en følelse af fællesskab, når musikere og tilskuere mødes i en fælles energiudveksling, så er koncerter også samlingssteder for mennesker med fælles interesser. Dette er sandsynligvis en del af årsagen til, at nogle køber totalabonnementer til symfoniorkestre eller af andre årsager tager til koncerter flere gange om måneden. Her kan de møde ”ligesindede”, og potentielt set få nye bekendtskaber, der deler nogle af deres interesser og værdisæt.

For at et koncerthus skal kunne fungere økonomisk i nutidens Danmark skal det umiddelbart ikke ”kun” være et koncerthus, men skal have flere funktioner. Det skal kunne være et kulturelt samlingssted for både musik og andre kunstformer, og på denne måde skal det ikke kun være et varemærke for den by, det befinder sig i, men også bevidne byens interesse og forståelse af kultur.

Herudover skal det både kunne repræsentere finkultur og populærkultur for at kunne tiltrække den bredest mulige målgruppe. I både Musikkens Hus og flere andre koncerthuse hører musikstuderende til blandt beboerne. Hermed har disse koncerthuse ikke kun mulighed for at distribuere musik til deres gæster, men også for at skabe ny musik og uddanne musikere, og på denne måde sikre den fremtidige musikkultur. Musikuddannelsernes placering i koncerthuse sikrer herudover også, at koncerthusene repræsenterer uddannelsessystemet (jf. Luhmann), foruden i forvejen at være en del af mediesystemet og være hjemsteder for kunstens system.

Koncerthuse er kulturelt signifikante, og kan sige meget om deres samfund og dets værdier. Oplevelserne deres gæster har herinde, kan lære disse gæster meget om både samfundet, den øvrige omverden og dem selv. Mens koncerthusene er dyre at bygge og vedligeholde, kan de tiltrække besøgende, turister og måske tilmed nye borgere til samfundet, og på denne måde fremme både samfundets omdømme (via kulturel kapital, jf. Bourdieu) og dets erhvervsliv, hvilket i sidste ende kommer borgerne til gode. Herudover kommer koncerthusene samfundets borgere til gode idet, at husene giver borgerne mulighed for at opnå kulturel kapital. Koncerthuse vil aldrig besidde lige stor kulturel værdi for alle borgere, da det ikke er alle sociale grupper, der er interesserede i de typer af kulturelle oplevelser, husene udbyder. Koncerthusene bestræber sig dog på, at være symbol på kapital for den størst mulige del af befolkningen, og på denne måde være institutioner, borgerne er stolte af, og har lyst til at besøge igen og igen.

## Litteratur

### Bøger

- Alperson, P. (red.): *What is music – an introduction to the philosophy of music*. Haven Publications Inc., 1987.
- Auslander, P.: *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*. Abingdon: Routledge, 2008.
- Bennett, A., Shank, B., Toynbee, J. (red.): *The Popular music studies reader*, s. 141 – 147. Abingdon: Routledge, 2006.
- Bennet, A., Waksman, S. (red.): *The Sage Handbook of Popular Music*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2015.
- Bourdieu, P.: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- Brinkmann, S., Kvale, S.: *Interviews – Learning the craft of qualitative research interviewing*. Californien: SAGE Publications, 2009.
- Clayton, M., Herbert, T., Middleton, R. (red.): *The Cultural Study of Music, A Critical Introduction*. New York: Routledge, 2003.
- DeFillippi, R., Wikström, P. (red.): *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2017.
- Fischer-Lichte, E.: *The Transformative Power of Performance*. Abingdon: Routledge, 2008.
- Frith, S.: *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press, 1998.
- Grenfell, M. (red.): *Pierre Bourdieu – Key Concepts*. Durham: Acumen Publishing, 2012.
- Hansen, N.H., B. Marchmann og E.N. Nielsen (red.): *Spørgeskemaer i virkeligheden*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur, 2008.
- Hvidbjerg, H., Møller Overgaard, J. (red.): *Musikkens Hus – Lad Dig Bevæge*. Vrå: Vestergaards Bogtrykkeri, 2014.
- Krabbe, P. *Drømmen og Gejsten*. Aalborg: Musikhusets Venner i Nordjylland, 2011.
- Le Bon, G.: *The Crowd – A Study of the Popular Mind*. Kitchener: Batoche Books, 2001.
- Luhmann, N.: *Massemediernes Realitet*. København: Hans Reitzels forlag, 2002.
- Mattern, M.: *Acting in Concert*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1998.
- Small, C.: *Musicking: The Meanings of Performing and Listening*. Middletown: Wesleyan University Press, 1998.
- Wöllner, C. (red.): *Body, Sound and Space in Music and Beyond*. Abingdon: Routledge, 2017.

### Artikler

- Bruhn Jensen, K.: ”Lyd som kommunikation – En tværfaglig forskningsoversigt og en dagsorden for medieforskningen” i *Mediekultur* 40, s. 5 – 13. 2006.
- Coutinho, E., Scherer, K. R. ”The Effect of Context and Audio-visual Modality on Emotions Elicited by a Musical Performance” i *Psychology of Music, Vol. 45(4)*, 2017.

- Eskjær, M. F.: ”Fra Massemedier til Mediesystem – om kodediskussionen i systemteoretisk medieforskning” i *Mediekultur* nr. 49, s. 11 - 25. SMID, 2010.
- Raglan, G. B., Schulkin, J.: ”The evolution of music and human social capability” på *Frontiers in Neuroscience*:  
<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnins.2014.00292/full> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Talbot, A.: ”Brain waves synchronize at live music performances” på *Medical Express*:  
<https://medicalxpress.com/news/2018-04-brain-synchronize-music.html> (sidst besøgt 02.06.2019)

## Hjemmesider

- Aalborg Kongres & Kulturcenter: ”Aalborg Symfoniorkester i gaming-koncert”:  
<https://akkc.dk/nyhedsarkiv/saeson-2017-2018/aalborg-symfoniorkester-i-helt-utrolig-spaendende-gaming-koncert/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Aalborg Opera Festival: ”Om Aalborg Operafestival”:  
<https://www.aalborgopera.dk/info/om-aalborg-operafestival/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Aalborg Symfoniorkester: ”Billetsalg via Musikkens Hus’ billetkontor”:  
<https://www.aalborgsymfoni.dk/BILLETSALG/Billetsalg> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Aalborg Symfoniorkester: ”Mennesker, musik og magi mødes hos Aalborg Symfoniorkester”:  
<https://www.aalborgsymfoni.dk/OM-OS/Historien> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Aalborg Universitet: ”Center for dokumentation og forskning i musikerterapi”:  
<https://www.musikterapi.aau.dk/cedomus/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Aalborg Universitet: ”Musikuddannelsen på Aalborg Universitet”:  
<https://www.musik.aau.dk> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Alsion: ”Historien om Alsion”:  
<http://alsion.dk/default1.aspx?id=21> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Byggeplads.dk: ”Musikkens Hus”:  
<https://www.byggeplads.dk/byggeri/kommende/kulturcenter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Center for Dansk Jazzhistorie: ”Mere om jazzcenteret”:  
<https://www.jazzcentret.dk/Mere+om+Jazzcentret/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Coop Himmelb(l)au: ”Wolf D. Prix”:  
<http://www.coop-himmelblau.at/studio/wolf-d-prix/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Det Jyske Musikkonservatorium: ”Faciliteter i Aalborg”:  
<https://www.musikkons.dk/index.php?id=49> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Det Jyske Musikkonservatorium: ”Studieplaner for klassiske uddannelser”:  
<https://www.musikkons.dk/index.php?id=3617> (sidst besøgt 02.06.2019)
- DR Koncerthuset: ”Velkommen til et koncerthus for alle sanser”:  
<https://drkoncerthuset.dk/velkommen-til-et-koncerthusfor-alle-sanser/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Globalis: ”Andel af individer, som bruger internettet”:  
<https://www.globalis.dk/Statistik/Internetbrugere> (sidst besøgt 02.06.2019)

- Gyldendal: Den store danske: ”Niklas Luhmann”:  
[http://denstoredanske.dk/Samfund\\_jura\\_og\\_politik/Jura/Juridiske\\_biografier/Niklas\\_Luhmann](http://denstoredanske.dk/Samfund_jura_og_politik/Jura/Juridiske_biografier/Niklas_Luhmann) (sidst besøgt. 02.06.2019)
- Hasserisavis.dk: ”Musikkens Hus gør nordjyderne mere klassiske”:  
<http://www.hasserisavis.dk/Nyheder/Musikkens-Hus-goer-nordjyderne-mere-klassiske?Action=1&M=NewsV2&PID=187> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Jeppe Hein: ”Reflecting Frequencies”:  
[http://www.jeppehein.net/pages/project\\_id.php?path=publics&id=222](http://www.jeppehein.net/pages/project_id.php?path=publics&id=222) (sidst besøgt 02.06.2019)
- Klassisk: ”Anmeldelse: Musikkens Hus – Nordjydernes egen koncertsal”:  
<https://klassisk.org/artikel/anmeldelse-musikkens-husnordjydernes-egen-koncertsal/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Lederne: ”Musikhus-direktør er årets leder”:  
<https://www.lederne.dk/presse-og-nyheder/pressemeddelelser/2018/musikhus-direktoer-er-aarets-leder/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Marcussen & Søn: ”Musikkens Hus – Aalborg”:  
<http://marcussen-son.dk/orgler/musikken-hus--alborg/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Migogaalborg: ”Aalborg får ny musikfestival: flere topnavne er netop meldt ud”:  
<https://migogaalborg.dk/musikkens-beats-er-ny-musikfestival-i-musikkens-hus/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Migogaalborg: ”Prisregn: Her er alle vinderne til AALBORG AWARDS 2019”:  
<https://migogaalborg.dk/her-er-alle-vindene-til-aalborg-awards-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikhuset Aarhus: ”Om Musikhuset”:  
<https://musikhusetaarhus.dk/om-musikhuset/> sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Beboerne”:  
<https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/beboerne/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Kalender”:  
<https://www.musikkenshus.dk/kalender/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Klassisk Sal”:  
<https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/faciliteterne/klassisk-sal/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Koncertsalen”:  
<https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/faciliteterne/koncertsalen/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Musikkens Fællessang”:  
<https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2019/musikkens-faellessang-livsvaerk-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Musikkens Miks”:  
<https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/musikkens-miks-2018/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Musikkens Udvalgte”:  
<https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2019/musikkens-udvalgte-30-03-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Om Musikkens Hus”:  
<https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/profil/om-musikkens-hus/> (sidst besøgt 02.06.2019)

- Musikkens Hus: ”Orkester Norden”: <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/beboerne/orkester-norden/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Sponsorer”: <https://www.musikkenshus.dk/om-musikkens-hus/musikkens-hus/sponsorer/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”TV2 Alletiders Juleshow 2018”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/tv-2-juleshow-kl-2000/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”TV2 Playlisten 2018”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender-arkiv/2018/tv-2-playlisten-2018-kl-1900/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Velkomst til musikterapi i Musikkens Hus & koncerten Musikalske Fortællinger”: <https://www.musikkenshus.dk/ovrigt-arrangementer/velkomst-til-musikterapi-i-musikkens-hus-koncerten-musikalske-fortaellinger/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Musikkens Hus: ”Video Games in Symphony”: <https://www.musikkenshus.dk/kalender/video-games-in-symphony-2019/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Odeon: ”Om Odeon – Odenses nye musik-, teater- og konferencehus”: <https://odeonodense.dk/om-odeon/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Odeon: ”Om os”: <https://odeonodense.dk/om-odeon/om-os/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Rambøll: ”Musikkens Hus: Harmonisk samspil i helstøbt kulturhøjborg”: <https://dk.ramboll.com/projects/rdk/musikkens%20hus> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Realdania: ”Musikkens Hus i Nordjylland”: <https://realdania.dk/projekter/musikkens-hus> (sidst besøgt 02.06.2019)
- TIKKO: ”Arrangementer og foredrag i nærheden af Aalborg”: <https://www.tikko.dk/foredrag-i/aalborg/> (sidst besøgt 02.06.2019)
- Visit Aalborg: ”Musikkens Hus”: <https://www.visitaalborg.dk/musikkens-hus-gdk858209> (sidst besøgt 02.06.2019)

## Undersøgelser

- *Koncertoplevelser i Musikkens Hus*: <https://da.surveymonkey.com/results/SM-9736CMV6V/> (sidst besøgt 02.06.2019)

## Bilag

- Bilag 1 – Slots- og Kulturstyrelsen: ”Rammeaftale”
- Bilag 2 – Musikkens Hus: ”Virksomhedsbeskrivelse for Musikkens Hus”
- Bilag 3 - Musikkens Hus: ”Musikkens Hus henter Harry Potter™ filmkoncerter til Norden”
- Bilag 4 – Statens Kunstråds Musikudvalg: ”Analyse af pengestrømme og ressourcer i dansk musikliv”
- Bilag 5 – Musikkens Hus: ”Arrangementer: Erhverv”
- Bilag 6 – Musikkens Hus: ”Bidragydere”
- Bilag 7 – Musikkens Hus: ”Hver fjerde nordjyde har besøgt Musikkens Hus”
- Bilag 9 – VisitAalborg: ”Overnatningstal fordelt på måneder for perioden 01.2011 – 03.2019”
- Bilag 10 – Jysk Analyse: ”imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 19”

- Bilag 11 – Jysk Analyse: ”*imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 22*”
- Bilag 12 – Jysk Analyse: ”*imageundersøgelse Musikkens Hus 2018, s. 23*”
- Bilag 13 – Sonne Kristensen, B.: ”*Musikkens Hus om ny pop- og rock festival: vi tager et stort og spændende skridt*” i *Nordjyske*, 2019. 1 af 2.
- Bilag 14 – Sonne Kristensen, B.: ”*Musikkens Hus om ny pop- og rock festival: vi tager et stort og spændende skridt*” i *Nordjyske*, 2019. 2 af 2.
- Bilag 15 – Aalborg Kommune: ”*Bilag 3: De økonomiske vilkår for den rytmiske musik i Aalborg Kommune 2018*”
- Bilag 16 – Aalborg Kommune: ”*Godkendelse af strategi for det rytmiske musikmiljø*”
- Bilag 17 – Aalborg Kommune: ”*Opsamling og analyse af workshops mv.*”