

Musikundret

Om ”den svenska musikexporten” och arvet från 1990-talet

Ännu i dag hänvisas det med jämna mellanrum till ”den svenska musikexporten” eller ”det svenska musikundret” i den offentliga debatten. Ibland som någonting befintligt att vårda genom satsningar på kommunala musikskolan, ibland som en förfluten guldålder att återupprätta genom stiftande av hårdare upphovsrättslagar. Vad som avses med musikexport är dock allt annat än självklart, trots att en lång rad försök har gjorts att beräkna värdet av denna export. Jag kommer här att visa några exempel på den strategiska betydelsen av dessa kvantifieringar medan jag följer 1990-talets diskurs om svensk musikexport. Avsikten är inte minst att belysa ett skifte från en kvantitativ till en kvalitativ syn på musikens värde för svensk ekonomi, något som delvis kan ha varit ett resultat av att siffrornas pålitlighet började ifrågasättas.

I centrum står alltså 1990-talet, men jag vill samtidigt relatera detta decennium till ett före och ett efter. Som kontrasterande föregångare lyfter jag fram en facklig syn på musikens ekonomi, och i slutet kommer jag även att beröra den diskurs om ”upplevelseindustrier” som i hög grad framstår som en efterträdare till 1990-talets diskurs om musikexport. Materialet som undersöks kommer i första hand från de organisationer som år 1993 bildade paraplyföretaget Export Music Sweden. Detta kompletteras med artiklar från dagspressen där musikexport nämns.

En teoretisk utgångspunkt är att musikens ekonomi är omöjlig att greppa i sin totalitet, om inte annat på grund av dess sammanflätning med andra ekonomiska aktiviteter. Varje politisk ekonomi förutsätter en process som skiljer ut specifika aktiviteter för att ”förvandla dem till objekt för observation, beräkning och styrning”, medan andra aktiviteter utesluts ur kalkylerna. Bob Jessop benämner denna process *the economic imaginary* och har ur det perspektivet studerat framväxten av olika varianter på en diskurs om ”den nya ekonomin”. Det ekonomiskt imaginära är då att betrakta som ”en provisorisk, partiell och instabil produkt av distinkta diskurser och materiella praktiker”¹ vilket jag ser som ett rimligt sätt att se på objektet ”svensk musikexport”.

1990-talet som decennium överensstämmer ganska exakt med cd-skivans hegemoni som materiell ljudbärare – en historisk guldålder för den internationella skivindustrin. De små digitalskivorna hade funnits på marknaden sedan tidigt 1980-tal, men 1991 var året då cd:n tog över som

1 Jessop (2004); Jessop (2005)

dominerande format för försäljning av inspelad musik.² September 1991 inleddes utgivningen av *Topp 40*, "branschtidningen för svensk musikindustri", vars centrala uppgift var att till butikerna distribuera den topplista som skivindustrins kartell GLF/Ifpi sammanställde varannan vecka.³ Som vissa säkert minns, exponerades topplistan synligt i flertalet skivbutiker, och den hade stor betydelse som riktmärke för konsumenter och marknadsförare.⁴ Ett år efter start köptes *Topp 40* upp av Jan Stenbecks medieimperium⁵ och på tvåårsdagen 1993 ökades topplistan (och därmed tidningens) utgivningsfrekvens till varje vecka, i samband med att GLF (Grammofonleverantörernas förening) installerade ett nytt datorsystem med högre kapacitet.⁶

Topp 40 publicerade även ingående listor över vilka hits som för tillfället rullade i de nya reklamradiokanalerna och breddade under 1994 sin inriktning till att bli "branschtidningen för musik, video och hemunderhållning", även om skivbranschen fortsatte att stå i centrum. Hösten 1998 tilltvingade skivindustrin sig kontrollen över tidningen. Detta gjordes genom att Ifpi/GLF bryskt avbröt förhandsleveranserna av topplistedata, för att i stället själva återstarta utgivningen under namnet *Musikindustrin*, med identiskt format och delvis samma medarbetare.⁷

I den list- och annonsdominerade tidningen förekommer längre reportage i stort sett enbart i samband med internationella branschmässor, dit tidningens reportrar åkte som deltagare i de svenska delegationer av skivbolag som organiserats av Export Music Sweden (ExMS). Till flera av dessa tillfällen producerade *Topp 40* även reklamkatalogerna över svenska skivbolag (och andra företag som ansågs tillhöra "den svenska musikexporten").

Grundandet av Export Music Sweden i juni 1993 markerar, av allt döma, startpunkten för diskursen om svensk musikexport. Åren innan talades det sällan eller aldrig om musikexporten som ett större ekonomiskt fenomen, men väl om enskilda artisters framgångar i utlandet. Oftast handlade det då om duon Roxette, vars riktiga genombrott på världsscenen skedde sommaren 1990, då singeln "It must have been love", lanserad genom filmen "Pretty woman", blev listetta i USA.⁸ Sveriges nästa verkligt stora exportsuccé var Ace of Base, vars debutalbum "Happy Nation" (1993) länge höll rekordet som världens bäst säljande debutalbum någonsin. Gruppens producent Denniz Pop låg senare bakom storsuccéer för såväl svenska som utländska artister, innan han avled 1998.⁹

2 "Nu rasar vinylalbumet", *Topp 40* 15/92, s. 1

3 "Ny branschtidning för musikindustrin i Sverige", *Topp40* 36/91, s. 1; Claes Olson, "Den officiella svenska TOPPLISTAN 20 ÅR!", *Topp 40* 46/95, s. 16-18

4 Claes Olson, "Stort förtroende för GLF:s topplista ute i handeln", *Topp 40* 35/95, s. 3

5 "Jan Stenbecks Medvik-förlag köper in sig i TOPP40", *Topp 40* 33/92, s. 1,

6 Claes Olson, "Den officiella svenska TOPPLISTAN 20 ÅR!", *Topp 40* 46/95, s. 16-18; "Tekniken bakom topplistan", *Topp 40* 47/95, s. 12

7 Harry Amster: "Olson trycker till i ny tidning", SvD 1998-09-17

8 Göran Stenberg: "Svensk pop blev en världsindustri", Helsingborgs Dagblad 1999-08-07

9 Göran Stenberg: "Svensk pop blev en världsindustri", Helsingborgs Dagblad 1999-08-07; http://en.wikipedia.org/wiki/Ace_of_Base; http://en.wikipedia.org/wiki/Denniz_PoP

Men *innan* nittiotalet öppnades av Roxettes genombrott, då var det tyst. Under hela 1980-talet är det nästintill omöjligt att finna någon som nämner musik och export i samma mening, särskilt inte i positiv bemärkelse. Att beskriva musik i så pass industriella ordalag skulle fortfarande kunna uppfattats som en provokation, med risk att återuppväcka 1970-talets inflammerade musikpolitik.

ABBA har i efterhand kanoniserats som Sveriges första stora musikexport. Som symboliskt genombrottsdatum brukar nämnas den 6 april 1974 då de vann eurovisionsschlagerfestivalen med låten ”Waterloo”. Men det skedde i ett musikpolitiskt klimat där den så kallade musikärorelsen – proggen – precis höll på att gå mot sin kulmen, den Alternativfestival som kom att ordnas i protest mot 1975 års ”schlagerjippo”. Där deltog en bred allians av aktörer på musikområdet, varav långtifrån alla hade vänsterradikal profil. Budskapet handlade i hög grad om att främja direkta framföranden (i motsats till reproducerade inspelningar) och ett brett deltagande (i motsats till fixeringen vid ett fåtal superstjärnor).

Förvisso fortsatte ABBA att sälja skivor och toppade exempelvis den allra första svenska topplistan som publicerades av GLF i november 1975.¹⁰ Men som symbol för kommersialismen blottade ABBA under några år en djup klyfta i synen på inspelad musik, en klyfta som gick tvärs emellan ett par av musikområdets tyngsta institutioner.

Å ena sidan jublade Stim över hur ABBA, ”Sveriges lönsammaste exportindustri”, fick de samlade rättighetsintäkterna från utlandet att skjuta i höjden.¹¹ Musikerförbundet, å andra sidan, framställde ABBA som den yttersta symbolen för en hotande kommersialisering. Facket upplevde att flodvågen av massreproducerade skivor höll på att undantränga musikernas möjligheter att försörja sig på levande musik. En facklig motoffensiv mot diskoteksvågen fick visst massmedialt genomslag då den kulminerade våren 1979. Hårda ord riktades vid denna tid mot landets discjockeys, som anklagades för att vara ”skivindustrins underhuggare” och för att ta dansmusikernas jobb. Under 1980-talet sjönk dock konflikten tillbaka och discjockeys släpptes rentav in i förbundet. Efter hand upphörde Musikerförbundets ledning helt med att utpeka inspelad musik som en rivaliserande konkurrent till levande framföranden.¹²

Omorienteringen är ännu mer slående i fallet Sami, ett rättighetskollektiv som står mycket nära Musikerförbundet. Under många år hade de krävt rätten att för musikernas räkning ta betalt för högtalarmusik på diskotek, kaféer och andra offentliga miljöer. Argumenten gick ut på att sådan musik var ett i grunden orättfärdigt sätt att göra sig av med levande orkestrar. Men när så Sami slutligen fick igenom sitt krav genom en lagändring 1986, upphörde man plötsligt med talet om att värna den levande musiken. I stället satsade man på att maximera sitt totala penningflöde, utan att

10 Claes Olson, "Den officiella svenska TOPPLISTAN 20 ÅR!", *Topp 40* 46/95, s. 16-18

11 Omslag till Stim:s tidskrift *Ord och Ton*, 1/78

12 Detta är ett kort sammandrag av delar i min pågående forskning, vilka tas upp något mer ingående i ett nyligen publicerat antologibidrag. (Fleischer, 2008)

bekymras över att större delen av pengarna gick till ett mindre antal redan framgångsrika stjärnartister.¹³

Under andra halvan av 1980-talet skedde alltså, utan nämnvärd debatt, en radikal kursomläggning. Åtminstone sedan ljudfilmens förödande genombrott kring 1930 hade ledarsidan i *Musikern* upprepat maningarna till kamp mot ”den mekaniska musiken”. Varje gång ett dansband eller en kaféorkester ersattes av inspelad musik i högtalare, togs enligt detta synsätt ännu ett steg mot en degenererad musikoffentlighet, där ”en allt mindre elit betjänar en allt större publik”.¹⁴ Musikerförbundet och även Sami hade i åtminstone ett halvsekel försökt att motverka en sådan utveckling.

Det var inte bara i mekaniseringsfrågan som en traditionell princip övergavs, utan också i frågan om ”musikerimport”, vilken faktiskt hade varit central för förbundets agerande ända dess bildande 1907. Det handlade om att förmå myndigheterna att inte bevilja arbetstillstånd i Sverige för utländska musiker, så länge det fanns ”likvärdiga” svenska musiker som sökte arbete. Ännu under 1980-talet höll Musikerförbundet fast vid denna princip, även om graden av tillämpning utan tvivel skilde sig mellan olika slags estrader och genrer.

Musikerförbundet genomgick under 1990-talets första år en djup kris. Sedan sjuttioalet hade en stor del av medlemsbasen utgjorts av landets många dansbandsmusiker, varav nästan alla var fackligt anslutna – detta var nämligen ett krav för att få spelningar genom förbundets väl utbyggda musikförmedling. Indragna strukturbidrag från LO ledde till att förbundet under åren 1991-92 tvangs säga upp många av de lokalt stationerade musikförmedlarna.¹⁵ Samtidigt hotades den gamla ordningen av politiska beslut. Våren 1991 varnar förbundsordföranden för att de politiska planerna på att tillåta privat arbetsförmedling ”skulle innebära en katastrof för våra frilansande musiker”.¹⁶ Hotbilden skärptes av den borgerliga valsegern samma höst.¹⁷ När väl regeringen gjorde klart att det fackliga förmedlingsmonopolet skulle avskaffas, tycks Musikerförbundet redan ha sett striden som uppgiven. Man talade inte längre om en katastrof, utan konstaterade helt kallt att den gamla hjärtefrågan om kontrollerad förmedling nu blivit omodern. ”Med andra ord: Raka rör gäller!”¹⁸

Den 1 juli 1993 avskaffades förmedlingsmonopolet, som legat till grund för en stor del av Musikerförbundets basverksamhet under hela efterkrigstiden. Bara någon vecka dessförinnan hade

13 Ibid.

14 Just denna formulering upprepades ofta av Yngve Åkerberg, som var Musikerförbundets främste ideolog under 1970-talet och första hälften av 1980-talet. Se t.ex. Yngve Åkerberg, ”Teknisk utveckling på gott och ont”, *Musikern* 8-9/1984, s. 10-11

15 ”Förbundets framtida struktur och utveckling”, *Musikern* 6-7/91, s. 3

16 ”Ledaren: Privat arbetsförmedling kan bli möjlig”, *Musikern* 3/91, s. 3

17 ”Individualism och privatism”, *Musikern* 10/91, s. 3

18 ”Förmedlingsaktuellt: Monopolet bort”, *Musikern* 2/92

de forna import- och mekaniseringsmotståndarna i Musikerförbundet medgrundat den organisation som under kommande år framgångsrikt skulle marknadsföra idé om skivexport som Sveriges nya basindustri.

Omorienteringen från en musikpolitik med det levande framförandet i centrum, till att börja bejaka massreproduktion, hade alltså pågått i det tysta från 1980-talets mitt. *Motståndet mot musikerimport*, å sin sida, fortsätter som ett tema i förbundetidningens spalter ända fram till slutet av 1992¹⁹, varpå det abrupt upphör för att nästan omedelbart ersättas av *främjandet av musikexport*. Importen handlade om levande musiker, exporten om inspelad musik. Det ska visserligen påpekas att musikexporten aldrig blev ett särdeles framträdande tema i 1990-talets årgångar av *Musikern*.²⁰ Likväl har Musikerförbundet och Sami fortsatt att vara två av huvudmännen (och av allt att döma två av finansiärerna) bakom Export Music Sweden.

Beroende på hur man räknar, grundades Export Music Sweden av tre till fem organisationer.²¹ Artisterna representerades av de redan nämnda Musikerförbundet och Sami.²² Skivbolagen deltog via de multinationella bolagens organisation Ifpi, men även i någon mån av de oberoende bolagens organisation SOM.²³ Sist men inte minst deltog Stim, rättighetskollektivet som på samtidigt representerar låtskrivare och musikförläggare. Om någon part har framstått som ledande är det Stim, inte minst i egenskap av värd för verksamhetens kansli.

Export Music Sweden grundades med det uttalade syftet att stärka Sveriges representation på skivindustrins internationella branschmässor, framför allt Midem-mässan som hålls i Cannes i början av varje år, men också på den tyska PopKomm-mässan. Om inte de svenska delarna av branschen samordnade sin marknadsföring, skulle de halka efter grannländer som Finland och Danmark där liknande initiativ redan existerade, förklarade Roland Sandberg från Stim, som under hela nittioalet förblev styrelseordförande i Export Music Sweden.²⁴

Under år 1994 börjar ”den svenska musikexporten” att bli omskriven så smått som någonting

19 Kalle Åmark (ordförande SMF avd. 10): ”Begränsa importen av musiker!”, *Musikern* 8-9/92, s. 23; se även debatt i *Musikern* 11/92, s. 18

20 Några exempel på det som ändå skrivs: Håkan Hillerström: ”MIDEM – en av världens största musikmässor”, *Musikern* 3/94, s. 15; Tony Balogh: ”Export Music Sweden”, *Musikern* 2/96, s. 10-11; Roland Almlén: ”Kulturarbetarna och deras värde”, *Musikern* 11/96, s. 4

21 Inför starten av Export Music Sweden publicerades en platsannons i *Topp 40* (10/93, s. 2). Där angavs initiativtagarna som: ”STIM/Svensk Musik, IFPI, SAMI/Svenska Musikerförbundet och SOM (Svenska Oberoende Musikproducenter)”. Ordningen är möjligtvis inte helt ointressant. ”Svensk Musik” är en avdelning inom Stim som grundats för att marknadsföra svensk musik i utlandet, då kanske främst ”seriös” musik.

22 I ExMS-sammanhang framställs ofta Sami och Musikerförbundet som en gemensam aktör. Ibland nämns inte ens Musikerförbundet.

23 SOM (Sveriges oberoende musikproducenter) är en efterföljare till Niff (Nordiska icke-kommersiella som grundades i 1970-talets proggrörelse. Niff hade från början en antagonistisk inställning till Ifpi, medan 1990-talets SOM hade grävt ned stridsyxan och såg sig mer som en diskussionsgrupp verkande inom Ifpi.

24 ”Svensk exportsatsning”, *Topp 40* 11/93, s. 3; Elisabeth Sandlund: ”Svensk populärmusik ska lanseras utomlands”, SvD 1993-06-11; Mats Paulsen: ”Nytt bolag exporterar musik”, *Dagens Industri* 1993-09-28

spännande och framtidsinriktat. Ja, när Industriförbundet håller kongress på hösten går rentav en talare upp och ställer frågan: "Varför ska vi envisas med att exportera kullager där vinstmarginalen är 1 procent, när vi kan exportera popmusik med 70 procents vinst?" Att så verkligen skedde har visserligen inte kunnat bekräftas, men bara det att branschtidningen *Topp 40* gav spridning åt episoden²⁵ bör ha ingjutit framtidstro inom skivbranschen.

Popsveriges två stora internationella framgångar hette vid denna tid Ace Of Base och Roxette.²⁶ Varje gång dessas hitlåtar rullade i världens etermedier blev det klirr i kassan hos Stim, som började rapportera om att positiv "musikalisk bytesbalans" för första gången rådde gentemot dess utländska motsvarigheter²⁷ – må vara att siffrorna bara omfattade just de typer av royalties som Stim administrerar, och att dessa royalties delvis går direkt till utlandsägda förlag.

I samband med rapporteringen av dessa Stim-siffror sommaren 1995 figurerade, kanske för första gången, påståendet om att Sverige nu hade blivit "världens tredje största musikexportör efter USA och Storbritannien."²⁸ Ännu frågade ingen vilken grund som fanns för slutsatsen, och än mindre diskuterades i vilken mån som de glada siffrorna var en simpel följd av att den svenska kronans värde hade rasat år 1992. Påståendet om Sveriges tredjeplats upprepades likväl allt oftare och accepterades snart i offentligheten som en sanning.

Första halvåret 1996 blev ett formidabelt PR-genombrott för Export Music Sweden och dess verksamhetsledare Stuart Ward. Året inleddes som vanligt med att han agerade general för delegationen av skivbolag till Cannes. Där var alla överens om att Sverige hade medvind, vilket bland annat firades med gratis snaps i Export Music Swedens monter.²⁹ Omedelbart efter Cannes åkte Stuart Ward tillbaka till Mosebacke i Stockholm för att intaga något av en huvudroll i en hearing som anordnats av arbetsmarknadsminister Anders Sundström. Frågan gällde framtidens arbetstillfällen och Stuart Ward hävdade att ett globalt genombrott för en svensk artist ger omkring 100 nya jobb i Sverige, bland annat på de fabriker som pressar cd-skivorna.³⁰ Trots den ljusa bild av svensk musikexport som målades ut, menade han att statliga stödåtgärder var nödvändiga – annars skulle andra länder erövra initiativet på den globala musikmarknaden.³¹

– Jag vill inte vara en kravmaskin, men det vore en investering och inte en kostnad om exempelvis Exportrådet stödde lanseringen av svensk musik i

25 *Topp 40* 9/95, s. 24

26 Bengt Carlsson: "Ace of Base en lönsam affär", GP 1995-08-06

27 "Svensk musik säljer bra", SvD 1995-07-19

28 Bengt Carlsson: "Ace of Base en lönsam affär", GP 1995-08-06

29 Claes Olson, "Swedish Music Update #1 i MIDEM", *Topp 40* 5/96, s. 3; Claes Olson, "Blågul medvind på MIDEM.96", *Topp 40* 5/96, s. 10-15

30 Harry Amster: "Staten vill gynna nya branscher", SvD 1996-01-31

31 Harry Amster: "Staten vill gynna nya branscher", SvD 1996-01-31; Mats Paulsen: "No business like showbusiness", Dagens Industri, 1996-01-31

andra länder, konstaterade Ward. Sverige har ett oerhört gott rykte utomlands och det gäller att utnyttja den potential som finns. Annars tar andra länder över.³²

Arbetsmarknadsministern utlovade vid sin hearing en omfördelning av det statliga stödet, från gamla branscher till de nya och moderna, bland vilka skivindustrin framstod som den självklara galjonsfiguren.³³ Exportrådet ställde också upp, bland annat genom att anlita regissören Staffan Hildebrand till att dokumentera hur Export Music Sweden lanserade svensk musik på mässan Midem Asia som hölls i Hongkong i maj 1996.³⁴ *Topp 40*:s reportage därifrån antyder att ett syfte med filmen syfte var att förmå regeringen till stödåtgärder:

Framför de många flimrande TV-monitorerna i MTV:s monter regisserar Staffan Hildebrand Stuart Wards presentation av arbetet med den svenska musikexporten.
– Den här filmen kan bli viktig, konstaterar regissören och jublar tillsammans med filmaren Mårten Steen när Stuart lyckas få till en första-tagning.
– Det där ska Göran Persson få höra!³⁵

För att verkligen erövra regeringens hjärta krävdes dock hårda siffror om musikexportens värde. Suget efter sådana var omisskännligt från såväl politiskt som journalistiskt håll. Export Music Sweden tilldelades 100000 kronor av Kulturrådet för att genomföra en undersökning, som dock kom att överskrida sin planerade tidsram med över ett år.³⁶

Under tiden frodades spekulationerna på dagstidningarnas ekonomisidor. Om och om igen hänvisades till att ”vissa” hade hävdad att Sveriges musikexport rentav överskred Volvos export om 43 miljarder per år. Källan till detta bisarra påstående tycks vara omöjlig att hitta. Alla som upprepade det tycks ha varit överens om att det var en överdrift. Men blott genom att nämna dessa 43 miljarder, framstod andra siffror som mer måttfulla, exempelvis de 13 miljarder per år som musikexporten var värd enligt Handelshögskolans businessguru Kjell A Nordström. De bägge glädjekalkylerna fortsatte att figurera i pressen under ett par års tid. Export Music Sweden tog del i att föra ut dem, utan att för den skull påstå att de var sanna.³⁷

32 Claes Olson, "Arbetsmarknadsdepartementet om musikbranschen", *Topp 40* 6/96, s. 6

33 Harry Amster: "Staten vill gynna nya branscher", SvD 1996-01-31; Mats Paulsen: "No business like showbusiness", *Dagens Industri*, 1996-01-31

34 Claes Olson, "Temafrukost med ExMS och TOPP40: Konsten att göra affärer med Asien", *Topp 40* 16/96, s. 10; Claes Olson, "Tre gånger så stort intresse för Asien", *Topp 40* 19/96, s. 3

35 Claes Olson, "Reserapport från Hong Kong: sweden@midem.asia.96", *Topp40* 22/96, s. 21-27

36 Tony Balogh: "Export Music Sweden", *Musikern* 2/96, s. 10-11; Harry Amster: "Engelsman som säljer svensk musik", SvD 1996-03-27

37 Rodney Alfvén: "MUSIKINDUSTRIN – lönsammast i Sverige", *Veckans Affärer* 1996-02-19; Harry Amster: "Engelsman som säljer svensk musik", SvD 1996-03-27; Harry Amster: "Trendbrott ger djupa repor i skivindustrin", SvD 1996-06-13; "Blågul popmusik - en miljardbransch", *Dagens Industri* 1997-06-19; Carl-Gunnar Åhlén: "Radiosymfonikerna saknar självförtroende", SvD 1997-06-10

Samtidigt som de vilda spekulationerna om musikens exportvärde trissades upp under 1996, kom hårda siffror om att hemmamarknaden för skivor stagnerat. Nedgången jämfört med föregående år var hela 20 procent, och att konserter och festivaler å andra sidan börjat omsätta mer pengar var ingen tröst för de skivbolagsdirektörer som i *Topp 40* diskuterade krisläget på största allvar.³⁸ Att den inhemska skivförsäljningen sjönk tycks dock inte ha lagt nämnvärd sordin på exporteforin.

Det dröjde till december 1997 innan Export Music Sweden för första gången kunde presentera en undersökning av den svenska musikexportens omfattning. Den var utförd av medievetaren Robert Burnett vid Karlstad universitet och den hett eftertraktade summan (vars detaljer vi strax återkommer till) uppgick till 1,5 miljarder kronor per år. Inte mycket i jämförelse med andras glädjekalkyler, kan man tycka. Men tillräckligt faktastöd, enligt Export Music Sweden och Stim, för att mer systematiskt börja föra ut påståendet att Sverige är världens tredje största exportör av musik, efter USA och Storbritannien. I samband med att rapporten släpptes var det denna sensationella tredjeplats som gjorde rubrikerna.³⁹

Bara några veckor senare bjöds skivindustrins representanter upp till Närings- och handelsdepartementet för ett möte med handelsminister Leif Pagrotsky.⁴⁰ Resultatet av mötet var att ministern i februari 1998 äntrade scenen på branschens egen Grammisgala, för att dela ut regeringens nyinstiftade ”pris för utomordentliga insatser för svensk musikexport” till Cardigans sångerska Nina Persson.⁴¹ I samband med galan uttalade Leif Pagrotsky bland annat: "Jag har aldrig förstått varför det skulle vara finare att göra kullager eller kräppat hushållspapper än musik".⁴² Dock betonade han inte så mycket musikens kvantitativa betydelse som självständig exportprodukt, utan allra främst dess kvalitativa förmåga att marknadsföra varumärket Sverige:

Musikbranschen förtjänar att tas på allvar för att den ger Sverige ett bra namn i världen, säger Leif Pagrotsky. /.../

Enligt min erfarenhet är intresset för svensk musik i världen en tillgång för marknadsföringen av andra produkter.⁴³

Aspekten demonstrerades bland annat genom att musikexportprisets jury inkluderade Electrolux vd Michael Treschow, som sedan dess fortsatt (och än idag fortsätter) att vara framträdande i dessa sammanhang.

38 Erik Franzén, ”Skivförsäljningen i Sverige minskar”, *Topp 40* 17/96, s. 3; Eric Franzén, ”Ingen nedång för konsertarrangörer”, *Topp 40* 32/96, s. 3; Harry Amster: "Trendbrott ger djupa repor i skivindustrin", SvD 1996-06-13; Anders Hjelmtoft, vd, Virgin Records Sweden, ”Debatt: Klarar vi av att hantera krisen?”, *Topp 40* 33/96, s. 9

39 Harry Amster: "Sverige världstrea på popexport", SvD 1997-12-18; "Svenska ljus på musikhimlen", GP 1997-11-06

40 Claes Olson, ”Sverige Cannes 1999”, *Musikindustrin* 6/98, s. 5

41 Harry Amster: "Exportpris till Cardigans", SvD 1998-02-17

42 Gunnar Seibold, "Gadd grep galatrofén", Helsingborgs Dagblad 1998-02-17

43 Harry Amster: "Exportpris till Cardigans", SvD 1998-02-17

En månad efter ministerns famösa inbrott på Grammisgalan 1998, kom nyheten om att Sverige hade möjlighet att bli värdland för 1999 års Midem-mässa i Cannes, vilket rent konkret innebar ett ansvar för att arrangera öppningsfesten. För skivbolagen och Export Music Sweden var detta en drömmen som man väntat på, men man förklarade genast att ett genomförande skulle kräva statligt understöd.⁴⁴ I oktober beslöt regeringen att för detta ändamål ge en halv miljon kronor till Export Music Sweden. Denna gång gav Leif Pagrotsky kommentar (så som den förmedlades i pressen) ett mer direkt erkännande av musikens självständiga ekonomiska betydelse: ”Det ger jobb och inkomster i Sverige”.⁴⁵

Musikexportvurmen kulminerade nog någon gång sent på natten den 23 januari 1999, på det glamourösa kasinot Palm Beach Les Ailes Bleue i Cannes. På plats var förstås Leif Pagrotsky, flankerad av Michael Treschow. Export Music Swedens öppningsfest, finansierad av svenska skattepengar, hade rubriken ”Cool Sweden” – vilket får sägas vara ett ganska fantasilöst efterapande av det ”Cool Britannia” som Tony Blair omhuldat i samband med sitt popbandsbeprydda maktövertagande 1997.⁴⁶

Under den månad som följde närmast efter ”Cool Sweden”-festen surrade exporteurin på hemmaplan. Dagens Industri hävdade att musiken ”håller på att utvecklas till en ny svensk basindustri” och i februari sände SVT tre påkostade entimmesdokumentärer om ”det svenska musikundret”.⁴⁷ Kanske inträdde en allmän mättnad, för det skulle räcka med att en enda kvällstidningskrönika framförde tvivel på om Sverige verkligen *var* världstrea i grenen musikexport – och hela kalaset drabbades av en påtaglig utmattning.

Den första egentliga beräkningen som hade lanserats i december 1997 hade rubriken ”Den svenska musikindustrins export 1994-95”. Robert Burnett kom där fram till att musikindustrin var ”en betydande inbringare av utländsk valuta för Sveriges ekonomi”, eftersom den från utlandet hade inkasserat 1,5 miljarder kronor per år.⁴⁸

I rapporten drogs däremot inga slutsatser om Sveriges musikexport i förhållande till andra länders. Men det gjorde dess uppdragsgivare i samband med lanseringen. Såväl Stims vd Gunnar Petri som Export Music Swedens ordförande Roland Sandberg citerades då i pressen som sägande samma sak: *Sverige är världens tredje största musikexportör, efter USA och Storbritannien*.⁴⁹ Bara i enstaka fall framgick att de då hade räknat *per capita*. Så här gick resonemanget: Storbritannien kan

44 Harry Amster: "Svensk musikindustri: Draghjälp till Cannes sökes", SvD 1998-03-21

45 TT Nyhetsbanken: "Regeringen stödjer svensk musikexport", 1998-10-15

46 Bengt Hörnemark: "Fokus på 'Cool Sweden' i Cannes", Aftonbladet, 1999-02-04

47 "Exportlyft för svensk musik", Dagens Industri 1999-02-15; Bengt Hörnemark: "Fokus på 'Cool Sweden' i Cannes", Aftonbladet, 1999-02-04

48 Burnett (1997), s. 14

49 Harry Amster: "Sverige världstrea på popexport", SvD 1997-12-18; "Sjunger hem miljarder", Dagens Industri 1997-12-18

antas vara världstväa. Deras export uppgår, enligt egna beräkningar för år 1993, till 15 miljarder kronor. Med samma invånarantal skulle Sveriges siffra bli 10 miljarder, vilket gissningsvis skulle kunna vara en tredjeplats⁵⁰ – även om de allra flesta länder saknade jämförbar statistik. Myten om tredjeplatsen blev hur som helst central i berättelsen om ”det svenska musikundret”.

December 1997 släpptes Robert Burnetts rapport. I januari 1998 satt skivindustrin i möten med regeringen. I februari skänkte Leif Pagrotsky sin politiska tyngd till Grammisgalan. Och i mars kom beskedet om att Sverige skulle få vara värdland för nästa Midem-mässa. Ekonomie doktor Kim Forss kunde knappast ha valt tidpunkten bättre för det fax som han den 22 april tillsände Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi (ESO), med en förfrågan om att få göra ytterligare en utredning om svensk musikexport.⁵¹ Han mer eller mindre utlovade att resultatet skulle bli en högre siffra än de 1,5 miljarder som Robert Burnett hade lyckats få ihop.⁵² Därtill skulle ett syfte vara att skriva in musikexporten i ett större ekonomiskt perspektiv:

I diskussioner om det postindustriella samhället förutsätts ofta att produktionen av tjänster, inte minst inom kultur och nöjesområdena, kommer att få en allt större betydelse än den industriellt organiserade varuproduktionen /.../
Musikindustrin är ett exempel på en sådan framväxande postindustriell sektor.⁵³

Här handlade det alltså om att framhålla kulturindustriernas *kvantitativa* ekonomiska värde, inte om dess *kvalitativa* bidrag till att marknadsföra klassisk tillverkningsindustri. Utgångspunkten var en berättelse där tjänstesektorn *ersätter* varuproduktion. Vad som är slående i den rapport som efter ett drygt år kunde offentliggöras, är dock musikens ambivalenta status i denna berättelse.

Å ena sidan sägs musiken vara paradigmatiske för tjänstesamhället. Å andra sidan ”låter sig inte musik definieras i någon enkel kategori som tjänst eller vara”.⁵⁴ Och när allt kommer till kritan visar sig detta typexempel på en framgångsrik tjänstesektor till allra största del syssla med att tillverka och sälja varor: cd-skivor med inspelad musik var den givna kronprodukten, men även maskinutrustning till utländska cd-presserier räknades av Kim Forss in i ”den svenska musikexporten”.⁵⁵

Robert Burnett hade i sin studie använt en relativt tydlig avgränsning av ”musikexport”, uppdelad i tre kategorier: försäljning av fonogram, upphovsrätt (royalties) samt direkta

50 Harry Amster: "Sverige världstrea på popexport", SvD 1997-12-18

51 Fax från Kim Forss till ESO, daterat 1998-04-22 (i ESO:s handlingar på Riksarkivet).

52 Forss skriver i faxet om Burnetts siffror att de är ”troligtvis en underskattning, /.../ sannolikt mycket försiktigt beräknade.”

53 Fax från Kim Forss till ESO, daterat 1998-04-22 (i ESO:s handlingar på Riksarkivet).

54 Forss (1999), s. 33

55 Forss (1999)

framträdanden (utlandsturnéer).⁵⁶ Den sista kategorin erkändes som mycket svår att kvantifiera. Endast turnéer arrangerade av medlemmar i Svensk Impressarieförening kunde räknades med. Dessa exportintäkter uppskattades till 100 miljoner kronor per år. Helt väntat kunde alltså slutsatsen dras att levande musik stod för en högst marginell del av musikexporten.⁵⁷

Bland annat genom en frikostigare definition av vilka royalties till förlag som var ”svenska”, men även genom att räkna in hela verksamheten i de fabriker som pressar cd-skivor, lyckades Kim Forss trissa upp musikexportens värde rejält, i linje med vad han underförstått hade lovat sina uppdragsgivare i ESO. Ja, han mer än dubblade det samlade värdet av Sveriges musikexport. Kim Forss lade visserligen till en brasklapp om att det egentligen inte går att räkna samman varuexport, tjänsteexport och royalties till en totalsumma, ”eftersom de är i grunden helt olika ekonomiska begrepp” – men bara för att sedan ändå summera dem och komma fram till att Sveriges musikexport är värd 3,3 miljarder kronor.⁵⁸ Framräknandet tog dock mer tid än beräknat, antagligen på grund av svårigheterna att få grepp om den oformliga sak som kallades musikbranschen, musiksektorn eller musikindustrin.⁵⁹

När det hade blivit sommar 1999 förmådde inte Kim Forss dubblering av insatsen att frammana de lyriska reaktioner som de utan tvivel skulle ha gjort om de bara blivit färdiga ett halvår tidigare, i tid till ”Cool Sweden” i Cannes. Efter denna fest inträdde nämligen en smärre baksmälla för exportvurmen. Det skedde den 22 februari 1999. Under rubriken ”Det svenska musikundret är en bluff”, utropade Aftonbladets inflytelserike popkrönikör Per Bjurman att kejsaren var naken. Han påpekade det svaga stöd som fanns för den allmänt spridda idén om Sveriges bronsplats och angrep Leif Pagrotsky för att okritiskt ha svält branschens egna siffror.⁶⁰ Genast gick TT ut med "nyheten". och ställde Export Music Sweden mot väggen. De tog genast tillbaka den uppgift som de systematiskt hade pumpat ut under flera års tid.

– I förhållande till folkmängden är det absolut så. Men vi har aldrig sagt att det är en absolut sanning. Och när det gäller det totala exportvärdet är det inte troligt att Sverige säljer mer än länder som exempelvis Spanien och Italien, säger Roland Sandberg, styrelseordförande i ExMS, till TT.

Leif Pagrotsky's medarbetare skyndade sig att förneka att ministern någonsin skulle ha sagt att Sverige är världens tredje största musikexportör.⁶¹ Samtidigt uppmärksammades att skivbolagen där vinsterna hamnar knappast är svenska utan snarare filialer till multinationella koncerner. Bara två

56 Burnett (1997), s. 3

57 Burnett (1997), s. 12-14

58 Forss (1999), s. 15-16

59 Kim Forss (1999) bestämde sig för att använda de tre begreppen synonymt.

60 Per Bjurman: "Det svenska musikundret är en bluff", Aftonbladet 1999-02-22

61 Lars Pedersen: "Oklar svensk musikexport", TT 1999-02-22

dagar efter att Per Bjurman påpekat den saken i sin krönika, bekräftades den även i tredje delen av SVT:s dokumentärserie. Leif Pagrotsky sade inför kameran att skivexporten ändå ger arbetstillfällen i Sverige, exempelvis på cd-presserier. Detta kontrasterades dock i teverutan mot bilder på hur svenska artisters skivor är märkta "Made in Germany".⁶²

Branschen har trillat ner från sin kungatron, skrev Fredric Askerup i GP, och frågade sig varför alla så okritiskt hade svält branschlobbys siffror i år efter år.⁶³ Framgångsberättelsen var dock allt annat än död. Vad som skedde under 1999 var en tydlig förskjutning av tonvikten i diskursen om musikexportens värde, från det kvantitativa till det kvalitativa. Musikexportens egna ekonomiska värde hamnade i bakgrunden. Leif Pagrotsky betonade i stället ännu starkare dess betydelse för "Sverige bilden", alltså som stödtrupp åt den traditionella tillverkningsindustrins export. Musiken har förmåga att förändra bilden av Sverige, menade handelsministern, "Bort från det gråa, teknokratiska till en bild av Sverige som ett modernt, ungt land".⁶⁴ "Den gamla traditionella bilden av Sverige kompletteras nu med kreativitet, ungdomlighet och djärvhet."⁶⁵

Förvisso fortsatte framräknandet av ständigt ökande siffror över Sveriges musikexport. Men de nya siffror som producerades gav inte samma genklang som förr. Det var som om det hade gått inflation i statistiken. Själva statistikproduktionen är del av en uppmärksamhetsekonomi, där anmärkningsvärda resultat har större chans att leda till fortsatta uppdrag. Kim Forss påstod sommaren 1999 att han var förvånad över att ha kommit fram till siffror som var mycket högre än branschens egna⁶⁶, men som visats ovan var detta en lögn – han utgick redan på förhand från att hans beräkningsmetod skulle leda till högre resultat. Export Music Sweden tog till sig Kim Forss metod, och lyckades ett halvår senare prestera en *ännu* högre siffra för Sveriges musikexport: 4 miljarder kronor (för år 1998). Knepet bestod alltså i att inräkna även cd-presseriernas export, samt export av utrustning till motsvarande fabriker i utlandet.⁶⁷ Ingen hänsyn tas till att cd-skivors innehåll ofta är annat än musik, exempelvis programvara.

Export Music Sweden fortsatte under följande att presentera ständigt högre siffror över omfattningen på den frikostigt definierade "svenska musikexporten": 5 miljarder kronor per år, hette det exempelvis år 2003.⁶⁸ Men diskursens kulmen passerades 1999. Lagom till millenieskiftet började det politiska intresset att förskjutas från musikexport till det bredare begreppet *upplevelseindustrin*.

62 Frida Lindqvist: "Pengarna försvinner utomlands. Ola Håkansson ger Bjurman rätt om musikindustrin", Aftonbladet 1999-02-24

63 Fredric Askerup: "Utflaggad bransch", GP 1999-03-12

64 Thomas Reckmann: "Det svenska undret. Musikexporten större än vad man tidigare trott", GP 1999-04-16

65 Karin Nilsson: "Svensk musikexport går i dur", Finanstidningen 1999-07-01

66 Stephan Lövgren: "Svensk musikexport drar in miljarder", GP 1999-07-01

67 Isaac Pineus: "Den svenska popexporten växer", Ekonomi24, 1999-11-30

68 Dag Rosander: "Svenska toner med guldklang. Musikexporten genererar miljarder", Svenska Dagbladet 2003-08-12; KK-stiftelsen (2003), s. 30]

Förutsättningar och komponenter finns för att medvetet bygga en ny industrigren, upplevelseindustrin. Denna skulle kunna bli en hörnsten i profileringen av landet, varumärket Sverige.⁶⁹

Slutsatsen drogs i en förstudie som utfördes av KK-stiftelsen under hösten 1999 och låg till grund för stiftelsens styrelsebeslut om att initiera en stor, femårig satsning på den just uppfunna ”upplevelseindustrin”.⁷⁰ Denna industri definierades som summan av 17 delområden som spände från de traditionella konstarterna till sådant som ”upplevelseturism” och ”upplevelsebaserat lärande”. Områden som däremot uteslöts, utan närmare motivation, var ”sport, spel & dobbel samt pornografi”.⁷¹

Upplevelseindustrin var i mångt och mycket en svensk variant på det brittiska begreppet ”creative industries”, som kom att åtnjuta massivt politiskt genomslag efter att Tony Blair kommit till makten 1997. (En av Blairs första åtgärder var att inrätta en *Creative Industries Task Force*.) Men medan det svenska begreppet definierades utifrån konsumentens subjektiva ”upplevelse”, utgick det brittiska från producentsidans ”kreativa” karaktär, vilket i praktiken definierades som att det producerade skulle vara möjligt att reproduceras i digital form samt att det skulle omfattas av upphovsrätt.⁷² Följden blev att svenskarna (men inte briter) kunde räkna in campingplatser, medan briter (men inte svenskar) inkluderade all form av datormjukvara. I bägge fallen var man dock övertygad om att det fält man talade om utgjorde en central del av ”den nya ekonomin”.⁷³

Luddigheterna till trots, så innehade *popmusik* en central plats i bägge dessa diskurser. Redan i inledningen till den förstudie där KK-stiftelsen lanserade sitt nya begrepp, anfördes den svenska musikexporten som ”upplevelseindustrins flaggskepp”.⁷⁴ Förstudien hänvisade till Kim Forss uppskattning av musikexporten till 3,3 miljarder, utan att diskutera huruvida en industriell cd-press verkligen kan räknas som en ”upplevelse”.⁷⁵

Sannolikt bidrog dessa glada siffror, och allt annat tal om ett svenskt musikunder, till att KK-stiftelsen räknade delområdet ”musik” till dem som på egen hand klarar av att bli vinstdrivande, i likhet med reklamområdet, men till skillnad från scenkonst och bildkonst.⁷⁶ Att musik inte var en scenkonst togs för givet. Det kan också nämnas att musikområdets företrädare i rapportens expertgrupp var ingen mindre än Claes Olson, som på samtidigt representerade tidningen

69 KK-stiftelsen (1999), s. 12

70 KK-stiftelsen (1999), s. 25; KK-stiftelsen (2003), s. 2

71 KK-stiftelsen (1999), s. 7

72 KK-stiftelsen (1999), s. 7; KK-stiftelsen (2003), s. 33; Hartley (2005), s. 5

73 Nilsson (2003), s. 214-215; Hartley (2005), s. 5

74 KK-stiftelsen (1999), s. 5, 8

75 KK-stiftelsen (1999), s. 8, 56

76 KK-stiftelsen (1999), s. 8, 49

Musikindustrin och storbolagens sammanslutning Ifpi.⁷⁷

Även om den nya diskursen om upplevelseindustrier inte specifikt handlade om export, byggde den i hög grad vidare på diskursen om svensk musikexport. Just på musikområdet, är det uppenbart att inspelningar är lättare att exportera än vad levande framträdanden är. Antagligen bidrog detta arv till att skjuta levande musik ännu längre i bakgrunden än vad som annars hade varit fallet. Musik som ekonomisk aktivitet inom upplevelseindustrin blev, i KK-stiftelsens undersökningar, mer eller mindre liktydigt med skivförsäljning.⁷⁸ Ibland framställdes cd-skivan som hela upplevelseindustrins kronprodukt, som i designen av KK-stiftelsens engelskspråkiga publikation i ämnet år 2004.⁷⁹

I någon mån upprepades ett mönster från diskursen om musikexport några år tidigare, när KK-stiftelsen först medgav svårigheterna att kvantifiera upplevelseindustrins sammanlagda värde och sedan identifierade bristen på statistik som ett stort problem.⁸⁰ Uppdraget gick till en konsult som ett par år senare kunde presentera uppskattningar gällande upplevelseindustrins andel av BNP (8-9 procent)⁸¹ och av arbetstillfällena i Sverige (6,5 procent). Men då stod det breda delområdet ”turism” för en fjärdedel, vilket fick delområdet ”musik” att rent kvantitativt hamna i långt bakgrunden, för att inte tala om de försvinnande andelar som representerades av konstarter som ”konst” och ”scenkonst”.⁸²

Efter välkänt mönster från den tidigare diskursen om musikexport, ledde siffrorna till tidningsrubriker i stil med ”Upplevelseindustri slår ut basnäringar”. Typiskt nog hänvisade tidningarna alls inte till turismen – trots dess kvantitativa överlägsenhet i sammanhanget – utan till paradexemplet musikexport, varvid man återgav de senaste siffrorna från Export Music Sweden (som alltså även inkluderade en rent industriell varuproduktion utan någon koppling till musik).⁸³

Eftersom den här texten är tänkt att behandla 1990-talet, kan den inte följa hela den diskurs om upplevelseindustrierna som fick sitt genombrott precis vid millenieskiftet. Vad som sagts om dem ovan är bara ägnat att i korthet visa på den stora roll som 1990-talets musikexportdiskurs spelade i att etablera diskursen om upplevelseindustrierna.

Vad mer uppnådde vurmen för svensk musikexport? Ett svar gavs av jazzmusikern Esbjörn Svensson, strax efter att han själv hade mottagit regeringens musikexportpris i början av 2004:

77 KK-stiftelsen (1999), s. 32

78 KK-stiftelsen (2003), s. 7

79 Nielsén (2004)

80 KK-stiftelsen (1999), s. 9, 14

81 Nilsson (2003), s. 214-215

82 KK-stiftelsen (2003), s. 2, 19-21

83 TT: ”Upplevelseindustri slår ut basnäringar”, DN 2003-10-03

– Jag har deltagit i ett antal stora lanseringar, i Danmark, England och i Sydafrika. Man har såvitt jag förstår bara hållt in pengar, skattemedel såvitt jag förstår, på något som bara är totala luftslott, som bara brinner upp på en gång och som inte ger någon som helst förlängd smak.⁸⁴

Realpolitiskt tycks dock exportvurmen ha fått minst *en* påtaglig effekt: Landets kommunala musikskolor räddades från nedskärningar. Från omkring 1997 började de åter att få höjda anslag, vilket företrädare för Sveriges musik- och kulturskoleråd (Smok) förklarade som en biprodukt av ståhejet kring svensk musikexport.⁸⁵ Leif Pagrotsky såg alltid till att lyfta fram musikskolans betydelse som en unikt svensk framgångsfaktor, bland annat på sina omtalade framträdanden på Grammisgalan och i Cannes.⁸⁶ Ledarsidor och tevedokumentärer hakade på⁸⁷ och Kim Forss menade i sin ESO-rapport att kommunala musikskolan var den enda offentliga stödåtgärd som hade hjälp skivindustrin till sina framgångar.⁸⁸

I ett historiskt perspektiv utgör vurmen för musikexport en omdefiniering av vad som menades med begrepp som musikindustrin, musikbranschen och musiksektorn.⁸⁹ Exporterbarheten banade väg för en diskurs som helt och hållet privilegierade musik som inspelad slutprodukt, på bekostnad av musik som upplevelse i nuet. Med andra ord: Musik började framställas som en vara, inte som en tjänst. Detta är djupt paradoxalt, med tanke på att diskursen om musikexport samtidigt knöts till en idé om en övergång från varuproduktion till ett postindustriellt tjänstesamhälle.

Kontrasten blir kanske allra tydligast om man jämför nittioalets definitioner av ”musikindustrin” med den tidigare definition av ”nöjesbranschen” som sedan länge legat till grund för LO:s rutiner för vilka yrkesgrupper som ska höra till Musikerförbundet. Dit hör bland annat ordningsvakter, eftersom de av tradition arbetar på nöjesetablissemang där musik framförs. När däremot Kim Forss kommer fram till att cirka 4500 människor i Sverige jobbar inom musikindustrin, inräknat han de anställda i på cd-presseriets fabriksgolvet – men inte ordningsvakten på ett diskotek.⁹⁰

På ett ganska utstuderat sätt sattes cd-skivan på piedestal i 1990-talets diskurs om musikexport. Kim Forss förutspådde i sin rapport att cd-skivan skulle överleva som dominerande

84 Elin Fjellman: ”Esbjörn Svensson sågar svensk musikexport”, Sydsvenskan 2004-02-23

85 TT: ”Kommunerna satsar åter på musikskolor”, Helsingborgs Dagblad 1999-04-10; Kristian Wedel: ”Grunden till ett exportunder”, GP 1999-09-24

86 Harry Amster: ”Exportpris till Cardigans”, SvD 1998-02-17; Göran Stenberg: ”Svensk pop blev en världsindustri”, Helsingborgs Dagblad 1999-08-07; Marie Söderqvist: ”En åtgärdsbefriad exportsuccé”, SvD 1999-07-01

87 I september 1998 tog teveprogrammet *Norra Magasinet* upp musikexporten, utifrån vinkeln att musikskolorna gjort Sverige till världstrea. (Norra Magasinet, SVT2, 1998-09-21 kl 20.30). Se även ”Musiken är värd en mäsas”, GP 1998-09-20

88 Forss (1999), s. 3, 20, 24, 129; se även Marie Söderqvist: ”En åtgärdsbefriad exportsuccé”, SvD 1999-07-01

89 Att Kim Forss (s. 30n1) väljer att använda dess tre begrepp synonymt säger någonting i sig.

90 Forss (1999), s. 125

ljudmedium i minst 20 år till, innan inspelad musik alls skulle börja överföras direkt via internet.⁹¹ Det är en storartad historisk ironi att denna profetia offentliggjordes nästan *exakt* samtidigt som Napster, den första programvaran för fildelningsnätverk: sommaren 1999.⁹²

Ännu ett exempel på hur diskursen om musikexport ledde till en kult av cd-mediet finns i den studie av svensk musikinäring som tre ekonomgeografer från Uppsala publicerade 2004.⁹³ Redan bokens visuella layout är genompräglad av produkten cd-skiva. Om man väljer att läsa dess innehåll, får man veta att ”Musikindustrins primära produkt är fonogrammet”.⁹⁴ Detta tas bara för givet, även om författarna erkänner att levande framträdanden på senare år åter har blivit en betydande inkomstkälla, särskilt för mindre artister, från att tidigare ofta ha betraktats som en marknadsföringskostnad.⁹⁵

Ekonomgeograferna i fråga inräknar visserligen stora turnébolag i sin definition av musikindustrin, men inte lokala konsertlokaler och klubbar – oavsett vilken roll dessa faktiskt spelar i det reellt existerande musiklivet. Svårigheterna att kvantifiera de svårfångade klubb- och livemusikvärldarna, som ju likt krogvärlden i stort i hög grad handlar om gråsvart ekonomi, gör det givetvis lättare för forskare att komma undan med sådana fördomar.⁹⁶

Ett än mer aktuellt exempel från det akademiska fältet är medievetaren Patrik Wikströms doktorsavhandling som visserligen presenteras som en studie av musikindustrin, men i praktiken inskränker sig till skivindustrin, närmare bestämt till ”the *chart-led mainstream* part” av denna industri.⁹⁷ Han motiverar inte ens sitt val att utesluta levande musikframträdanden ur det område som han undersöker.⁹⁸ – något som får ses i samband med de diskurser om musik som ovan presenterats. Patrik Wikström motiverar avhandlingens relevans med att KK-stiftelsen minsann har påstått att hela sju procent av världsekonomin utgörs av upplevelseindustrin – ett begrepp som Wikström helt framt översätter till ”the copyright industries” – där musikindustrin uppges vara ”en av de mest traditionella och minst omstridda medlemmarna”.⁹⁹

En normativ slutsats av ovanstående kan bli att alla befintliga kvantifieringar av ”den svenska musikexporten” bör brännas.¹⁰⁰ Vidare bör anbefallas största möjliga skepsis mot varje försök att uppskatta hur många människor som sysselsätts i den svenska musiksektorn. Åtminstone innan vi

91 Forss (1999), s. 72

92 <http://en.wikipedia.org/wiki/Napster>

93 Hallencreutz et.al. (2004)

94 Hallencreutz et. al (2004), s. 55

95 Hallencreutz et. al (2004), s. 132

96 Hallencreutz et. al (2004). Min kritik mot ignorerandet av musikens live-aspekter riktas i precis lika hög grad mot Burnett (1997) och Forss (1999), även om dessa med sin inriktning på export kanske har något bättre ursäkter.

97 Wikström (2006), s. 18

98 Wikström (2006), s. 19

99 Wikström (2006), s. 16

100 Bildligt talat, givetvis. Annars kan jag få problem med att fullfärdiga sista kapitlet i min doktorsavhandling, särskilt dess notapparat.

har fått se en trovärdig motivering till varför juristen på Sony skulle tillhöra musikbranschen, till skillnad från den som stödar bajamajor på Arvikafestivalen.¹⁰¹ Under senare år har det ju visat sig att konserter och festivaler omsätter allt mer pengar, samtidigt som allt färre tycks vara beredda att betala för musikinspelningar.

Jag har ovan visat hur diskursen om svensk musikexport till en början handlade om hur cd-skivor skulle ersätta kullager och andra former av traditionell exportindustri. När diskursen efterhand upptogs av Leif Pagrotsky förskjöts dock tonvikten mot att svensk musik skulle fungera ”Sverigefrämjande”. Från att framställas som en postindustriell galjonsfigur, blev musiken snarare en industriell stödtrupp – en förändring som särskilt märktes under 1999. Ett annat sätt att uttrycka saken är att förståelsen av musikens ekonomiska betydelse gick från det kvantitativa till det kvalitativa.

Elva gånger har nu regeringen utdelat sitt av Leif Pagrotsky instiftade ”pris för utomordentliga insatser för svensk musikexport”. Senaste talet som hölls av handelsminister Ewa Björling, vid presentationen av kandidaterna i december 2008, väcker flera frågor om vad som ur politisk synvinkel anses värt att belöna. Å ena sidan konstaterade ministern:

Svenska artister säljer kanske inte lika många skivor i utlandet som tidigare, men de har i sin tur på sät och viss ersatts av de många framgångsrika låtskrivarnam som med precision och konstnärlig känsla lyckas åstadkomma hit efter hit. De mest framgångsrika artisterna ute i världen som exempelvis Britney Spears och Backstreet Boys har till stor del svenska låtskrivare att tacka för sina framgångar.¹⁰²

Ewa Björling syftar här inte minst på Max Martin, som låg bakom Britney Spears framgångsrika debutsingel ”...Baby one more time”.¹⁰³ Samtidigt kretsar större delen av hennes tal kring begreppet ”Sverigefrämjande” – hur svensk musik ska sprida bilden av ”ett ungt, innovativt och kreativt Sverige”, vilket i förlängningen antas gynna svensk exportindustri.¹⁰⁴ Detta ställer åtminstone tre frågor:

* För det första: Hur mycket bidrar en figur som Max Martin, som bara skriver låtar utan att själv framträda, till Sverigebilden?

* För det andra: Vem har sagt att musik alltid förbättrar bilden av ett land? Tänk om viss musik rentav kan försämra bilden av ett land? (Under 1990-talet hävdades det exempelvis också att

101 Att jurister men inte städerskor tillhör musikbranschen har präglat kvantifieringarna av musiksektorn, åtminstone sedan Forss (1999).

102 Tal av handelsminister Ewa Björling vid presentation av kandidater till Regeringens musikexportpris, 17 december 2008. www.regeringen.se/sb/3214/a/117775

103 http://en.wikipedia.org/wiki/Max_Martin

104 Tal av handelsminister Ewa Björling vid presentation av kandidater till Regeringens musikexportpris, 17 december 2008. www.regeringen.se/sb/3214/a/117775

Sverige var världsledande inom export av nazistisk vit makt-musik.)

* För det tredje: Om musikexportens värde, som olika handelsministrar har upprepat, ligger i att kommunicera en bild av *ungdom* – är då äldre artister värdelösa? Kan åldrade artister rentav ha ett *negativt* värde?

I ett större perspektiv vill jag ställa frågan om själva definitionen av musikaliskt värde – såväl estetiskt som ekonomiskt. Om vi accepterar att 1990-talet är slut och att cd-skivans hegemoni som ljudbärare är över, bör vi även tills vidare förkasta själva begreppet ”musikexport”, i väntan på en någorlunda rimlig definition. Musikens plats inom en eventuell ”upplevelseindustri” måste också definieras på nytt, om man vill ge plats även för sådana musikaliska upplevelser som inte kan reproduceras.

Litteratur

- Burnett, Robert (1997): *Den svenska musikindustrins export 1994-95*. Export Music Sweden
- Fleischer, Rasmus (2008): "Kampen mot musikmekaniseringen och makten över högtalarna" i Patrik Lundell, Pelle Snickars och Solveig Jülich (red.): *Mediernas kulturhistoria*. Statens ljud- och bildarkiv.
- Forss, Kim (1999): "Att ta sig ton. Om svensk musikexport 1974-1999". Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, Ds 1999:28.
- Hallencreutz, Daniel, Per Lundequist och Anders Malmberg (2004): *Populärmusik från Svedala. Näringspolitiska lärdomar av det svenska musikklustrets framväxt*. SNS förlag.
- Hartley, John, red. (2005): *Creative Industries*. Blackwell publishing.
- Jessop, Bob (2004): "Critical Semiotic Analysis and Cultural Political Economy". *Cultural Political Economy Working Paper Series*, No. 1. Pre-Print from Critical Discourse Studies, 1 (1), 2004, s. 1-16.
- Jessop, Bob (2005): "Cultural political economy, the knowledge based economy, and the state", i Andrew Barry & Don
- KK-stiftelsen (1999): *Blandade upplevelser. En förstudie om svensk upplevelseindustris möjligheter, med förslag till åtgärder*.
- KK-stiftelsen (2003): *Upplevelseindustrin 2003. Statistik och jämförelser*.
- Nielsen, Tobias (2004): "Understanding the experience industry. A Swedish perspective on creativity". QNB Analys & Kommunikation AB.
- Nilsson, Sven (2003): *Kulturens nya vägar. Kultur, kulturpolitik och kulturutveckling i Sverige*. Polyvalent.
- Wikström, Patrik (2006): *Reluctantly virtual: modelling copyright industry dynamics*. Karlstads universitet. Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT.