



Kvinderne i Musikken

En undersøgelse af kønsbalancen
i den danske musikbranche

KOLOFON

Hovedforfattere:

Sofie Sarlvit, Cand.ling.merc fra Copenhagen Business School. Forfatter til kandidatafhandling
'The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry.'
Augusta Glahn-Abrahamsen (DR)
Marianne Fruergaard (Bandakademiet)

Redaktion:

Nana Påske (DR)
Ditte Kræn Østergaard (DR)
Marianne Fruergaard (Bandakademiet)

Projektansvarlige:

DR
Bandakademiet

Layout og grafik

DR Design

Korrektur

Rie Holdum, Sprogpolitiet

Særlig tak til

DR og Bandakademiet takker de 75 medvirkende interviewpersoner for at dele deres erfaringer og oplevelser med os! Uden jer. Ingen undersøgelse.

DR og Bandakademiet takker Heidi Rottbøll Andersen, direktør Living Intitute, Anya Mathilde Poulsen, forfatter, cand.mag. i medievidenskab og kønsstudier, Florence Villeseche, associate professor og ph.d. på Copenhagen Business School (CBS), Moussa Mchangama, MA i moderne kultur og kulturformidling.

Rebekka Mahler, specialkonsulent i videnscentret KVININFO. Tak for jeres skarpe input og feedback på undersøgelse og rapport.

Bandakademiet takker DPA for tilskud til sin del af undersøgelsen. Undersøgelsen er støttet af DPA's diversitetspulje med midler fra Copydan Tekst & Node.



Indholdsfortegnelse

Forord	04
Kapitel 1. Kort om undersøgelsen	06
Kapitel 2. Kvindelig repræsentation i 'musikfødekæden' i Danmark	10
Kapitel 3. Barrierer og udfordringer	16
Tema 1: Stereotype forestillinger igennem den musikalske opvækst	20
Tema 2: Højere krav, lavere forventninger	25
Tema 3: Sammenligning og konkurrenceintensitet	32
Tema 4: Manglende netværk og fællesskab	37
Tema 5: Sprog og retorik	41
Tema 6: Ageism	46
Tema 7: Snævert og unuanceret billede af 'den kvindelige artist'	52
Tema 8: Sexchikane og grænseoverskridende adfærd	56
Tema 9: Mandsdomineret branche og maskuline normer	61
Tema 10: Mentale barrierer og udfordringer	65
Kapitel 4. Karrieredrømme, ambitioner og behov	70
Konklusion	79
Næste skridt	82
Kildeliste	85
Bilag 1. Metode og baggrundsdata	87
Bilag 2: Visionsoplæg	93
Bilag 3: Spørgeramme	96
Bilag 4: Talent- og karriereløb for kvinder i talentlaget	98

📌 Kan du tage et tykt, fedt panser på hver eneste dag på job – og trives med det – så skal du nok få en fed rejse i musikbranchen. For det kræver en særlig personlighed at overleve i branchen. Du skal kunne kæfte op og tage nogle slag – og trives med det.”

– citat fra undersøgelsen.

Forord

Uanset om du tænder for din radio, ser med fra de fine rækker til musikkens awardshows, fester igennem på de danske festivaler eller bare får trykket på en af de forvalgte playlister på streamingtjenesterne, er langt hovedparten af de kunstnere, du ser og hører, mænd. Mænd, mænd og atter mænd. For musikalskere er dette faktum verdens ældste nyhed. Sådan har situationen været i mange år, og trods en voksende debat om kønsbalance og sexismen i dansk musikliv er billedet stadig det samme i 2022.

Kønsbalancen er veldokumenteret og gennemdiskuteret. Til gengæld er der langt mindre empiri, når det handler om forklaringerne på, hvorfor kvinderne falder fra – eller simpelthen bliver fravalgt – undervejs i deres musikalske opvækst. Intet tyder på, at kvinderne har mindre lyst, mindre talent eller færre ambitioner end deres mandlige kollegaer. Alligevel viser tallene, at andelen af kvinder i det danske musikliv bliver lavere og lavere for hvert skridt, der tages mod en professionel karriere – fra at pigerne er i overtal på landets musikskoler, til at kun 10 procent af den samlede udbetaling af rettighedsmidler fra Koda ender i kvindernes lommer.

Denne rapport, som DR og Bandakademiet står bag, indeholder ikke bare en række kvantitative data om kvindelig repræsentation i den danske musikbranche, men giver også indblik

i oplevelser og erfaringer fra i alt 75 kvinder i branchen – både unge og ældre, nyudklækkede musikere og etablerede kunstnere, sangskrivere, sangere og producere samt kvinder fra landets musikvirksomheder. På hver deres måde er disse interviews en brik til puslespillet i forståelsen af problematikken og tegner et billede af, at der er nok at tage fat på.

Rapportens linse er indstillet, så den ser på verden fra kvindernes perspektiv. Den samler kvindernes udlægning af de barrierer og udfordringer, de møder, og lader deres oplevelser og erfaringer sætte ord på vilkårene for kvinder i den danske musikbranche – det er deres udsagn, deres oplevelser og deres perspektiver, som Bandakademiet har søgt at afdække i interviews og spejle i rapporten og DR.

De mange perspektiver er samlet til 10 tematikker, der beskriver barrierer for kvinder i musikbranchen; fra sexismen og chikane til stereotyper, kønsbias, mangel på netværk samt sprogbrug i medierne. Hver især bidrager de til at søge ind til kernen af problemet. Nogle af udsagnene kalder på afsky, nogle blot på en hovedrysten, og rigtig mange giver lyst til at smøge ærmerne op og skride til handling.

Vi skylder de 75 kvinder, der har givet stemme til undersøgelsen, en kæmpe tak for tillidsfuldt og åbent at dele deres erfaringer og oplevelser med os. Vi håber på at kunne returnere den tillid.

Ambitionen med rapporten er ikke at pege fingre ad aktørerne i branchen, og mange er allerede i gang med at tackle hver deres flanke af udfordringen. Målet med rapporten er at skabe grundlaget for et fælles branchesamarbejde om at løse en strukturel udfordring i det danske musikliv – ved at skabe en fælles erkendelse af udfordringen, bruge et fælles sprog og indbyde til en fælles samtale om løsninger.

Vi håber på gode samtaler, debatter og samarbejde med alle dem, der vil forandringer i den danske musikbranche. Ærlig talt: Vi trænger til det.

God læselyst
DR og Bandakademiet
2022

Gustav Lützhøft,
Ledende redaktionschef i DR Kultur, Musik og Debat

Marianne Fruergaard,
Leder, Bandakademiet i Roskilde

Baggrund

DR og Bandakademiet mødtes i begyndelsen af 2021 for at tale om kønsbalance i den danske musikbranche. Vi havde et fælles ønske om at finde ud af, hvor kæden hopper af og hvorfor.

I efteråret 2020 søsatte DR en større indsats under overskriften 'Kvinder i Musik' for at øge repræsentationen af danske kvindelige kunstnere på DR's flader. Her stod to ting hurtigt klart: For det første, at der var masser af grund til og muligheder for forbedring internt i DR. For det andet, at udfordringen også rækker langt ud over DR og kalder på fælles commitment og indsats fra alle musikkens aktører. Ud over en lang række initiativer internt i DR er ambitionen med indsatsen derfor også at række ud til samarbejder på tværs af branchen.

Bandakademiet havde i kraft af sit mangeårige arbejde med talent- og karriereudvikling erfaret, at de kvindelige talenter i høj grad er der, men at flere af dem tjekker tidligt ud, giver op på vejen eller finder alternative, mindre karrierefokuserede veje. Bandakademiet kom 'til bordet' med et ønske om at samarbejde med DR om et nyt talent- og karriereudviklingsprojekt for kvinder.

Vi blev enige om at igangsætte en fælles undersøgelse og bruge den viden, vi fik, som ballast til fremtidige indsatser. Et konkret output af undersøgelsen kunne være et talentprojekt, som skulle styrke kvindelige musikere, sangskrivere, producere og artister mod en bæredygtig professionel musikkarriere.

Vi havde som udgangspunkt ikke tænkt os, at undersøgelsen skulle offentliggøres i større skala. Undervejs voksede undersøgelsen sig dog større og vigtigere, end vi havde forestillet os. Der er stadig et samarbejde om et talentprojekt på tegnebrættet, men undersøgelsens resultater kalder på endnu flere initiativer og samtaler på tværs af branchen, og det kalder på en udbredelse af undersøgelsens resultater til flere end kun DR og Bandakademiet.

KOMMUNIKATION

INDLEDNING OG LÆSEVEJLEDNING

Kapitel 1 beskriver kort undersøgelsens fokus, metode og målgruppe.¹⁾

Kapitel 2 tegner et kvantitativt billede af kønsbalancen i dansk musikliv. Her benyttes data fra blandt andet danske musikbrancheorganisationer, Danmarks Statistik og DR.

Kapitel 3 kortlægger 75 kvinders oplevelser og erfaringer gennem deres musikalske opvækst og i forbindelse med udvikling og etablering af deres musikkarrierer – med fokus på køn og kønsforskelle. Kapitlet afdækker udfordringer og barrierer i forbindelse med køn – som det opleves af respondenterne.

Kapitel 4 afdækker kvindernes drømme og ambitioner samt deres egne bud på, hvad der skal til, og hvad der står i vejen for en mulig musikkarriere.

Kapitel 5 rummer en sammenfatning af undersøgelsens resultater og peger fremad med interviewpersonernes egne anbefalinger og andre opmærksomhedspunkter.

FOKUS OG AFGRÆNSNING

Hovedfokus for undersøgelsen er 75 dybdegående kvalitative interviews med danske kvindelige kunstnere, sangskrivere, musikere og producere inden for de populærmusikalske genrer – pop, rock, hiphop/rap, R'n'B og andre (kryds)beslægtede genrer. Undersøgelsen stiller således skarpt på den kommercielle del af den danske musikbranche og på de kvindelige talenter og etablerede kunstnere, som enten har eller sigter efter at få en professionel musikkarriere med output i det brede mainstream-, radio- og chartorienterede marked.

Igennem de kvalitative interviews har kvinderne beskrevet deres musikalske udviklingsvej, delt deres oplevelser og erfaringer med køn og ligestilling i musikbranchen og via åbne spørgsmål haft mulighed for at reflektere frit over forskellige typer af barrierer og udfordringer, som har og har haft betydning for deres ageren og forløb i musikbranchen. Med udgangspunkt i respondenternes individuelle oplevelser og erfaringer er der foretaget en tværgående analyse af tematikker og mønstre, der grupperer de barrierer, som har været mest fremtrædende i kvindernes fortællinger.

Hovedårsagen til valget af en kvalitativ tilgang til undersøgelsen er en oprigtig nysgerrighed efter og interesse i at høre om de mange kvinders oplevelser, erfaringer og virkelighed. Er der et mønster i oplevelser og udfordringer? Ligner de hinanden på tværs af alder og erfaring? En anden baggrund for at vælge kvalitative interviews er et ønske om at opnå en dybere indsigt i årsager til kønsbalancen i musikbranchen; indfange nuancer og lag af respondenternes erfaringer og oplevelser af barrierer, samt hvilke konsekvenser de har for den enkelte. Den kvalitative tilgang danner således grundlag for en bred forståelse af problematikkerne med kønsbalancens kompleksitet. For at kvalificere læsningen af interviewdatagrundlaget er der desuden gennemført et fokusgruppeinterview og indsamlet eksisterende data, litteratur og andre undersøgelser, der belyser området.

Interviewpersoner og kategorier

Interviewpersonerne består af udøvende og skabende kvindelige musikere mellem 18 og 48 år på forskellige stadier i deres karrierer; fra vækst- og talentlag over særdeles veletablerede kunstnere og til kvinder, der ikke definerer sig som udøvende eller skabende, men som arbejder eller har arbejdet med de skabende og udøvende musikere og kunstnere i forskellige funktioner inden for musikbranchens virksomheder og organisationer – management, booking, pladeselskaber, musikforlag, musikformidling.²⁾

1) Læs mere om metode og om undersøgelsen i bilag 1.

2) DR-medarbejdere er ikke interviewet som en del af undersøgelsen.

De 75 interviews er fordelt på fire målgrupper/kategorier:

Forbilleder: Etablerede kvindelige musikere, producere, sangskrivere og udøvende kunstnere på den danske og internationale musikscene, som alle har eller har haft det, man kunne betegne som succesfulde karrierer i den danske og/eller den internationale musikverden. I denne kategori har vi indsamlet 26 dybdegående interviews.

Talenter i den øverste del af vækstlaget

(herefter kaldt talentlaget): Talentfulde, kvindelige musikere, producere, sangskrivere og kunstnere 'på vej' (upcoming). Hovedparten i denne målgruppe har ambitioner om – eller befinder sig i starten af – en musikkarriere, over halvdelen har kommercielle samarbejdspartnere, har ud-givet de første singler og har spillet koncerter på mindre spillesteder og festivaler. I denne kategori har vi indsamlet 33 dybdegående interviews.

Det brede vækstlag: Typisk (de yngste) kvinder i undersøgelsen, der endnu ikke har besluttet sig for, om og hvor meget musikken skal fylde i deres liv, men som har helt friske erfaringer fra musikskole, gymnasie, efterskole eller højskole. I denne kategori har vi indsamlet 4 dybdegående interviews.

Musikbranchepersoner og aktører: Kvinder, der arbejder i virksomheder og organisationer i musikbranchen. Respondenterne her inkluderer såvel studerende (mindretal) som etablerede musikbrancheaktører i musikbranchens forskellige typer af virksomheder – både små og store virksomheder inden for management, booking, pladeselskab, musikforlag og musikformidling. I denne kategori har vi indsamlet 12 dybdegående interviews.

Undersøgelsen definerer køn ud fra en normativ kønsopfattelse af mand/kvinde. Interviewpersonerne består således af personer, som overvejende identificerer sig som kvinder. Respondenterne i interviewundersøgelsen behandles som en samlet gruppe – men gruppen af respondenter indeholder både hvide og ikkehvide kvinder, forskellige køns-identiteter og -udtryk samt seksuel orientering.

Anonymitet

De medvirkende i enkeltinterviews og i fokusgruppen er blevet lovet fortrolighed og fuld anonymitet i rapporten. Alle respondenter har givet samtykke til, at ved brug af deres citater i rapporten, angives deres kønsidentitet, alder og virke i musikbranchen. Såfremt elementer i deres citater kan kompromittere denne anonymitet, er dette fjernet fra citaterne. Disse forbehold er taget i ønsket om at sikre størst mulig åbenhed og tryghed i interviewet. Undersøgelsen ønsker at tegne et samlet og kollektivt billede af de barrierer og udfordringer, som danske kvindelige musikere og kunstnere oplever – og ønsker ikke et fokus på individer.

Ekspertgennemlæsning og feedback

En række eksterne konsulenter, som er eksperter inden for diversitet og kønsbalance, har haft rapporten til gennemlæsning. Eksperterne har givet feedback på både specifikt indhold og rapporten som helhed. De har blandt andet hjulpet med at skærpe rapportens brug af teorier og begreber. Eksperternes feedback og kommentarer er så vidt muligt blevet indarbejdet i den færdige rapport. Eksperterne kan ikke holdes ansvarlige for rapportens indhold eller mulige fejl. De eksterne konsulenter er:

Heidi Rottbøll Andersen, forfatter, foredragsholder samt grundlægger, partner og direktør i Living Intitute, ekspert i Diversity Intelligence, har arbejdet i både danske og internationale organisationer og virksomheder med at styrke kønsbalance, diversitet og inklusion

Any Mathilde Poulsen, cand.mag. i medievidenskab og kønsstudier, medstifter af HUN SOLO, forfatter til fagbøgerne 'Feminint Forstærket' og 'Vilde Kvinder, Mørke toner'

Florence Villeseche, associate professor og ph.d. på Copenhagen Business School (CBS) samt academic director, CBS Diversity and Difference Platform

Moussa Mchangama, MA i moderne kultur og kulturformidling og medejer af råd-givningsvirksomheden In futurum

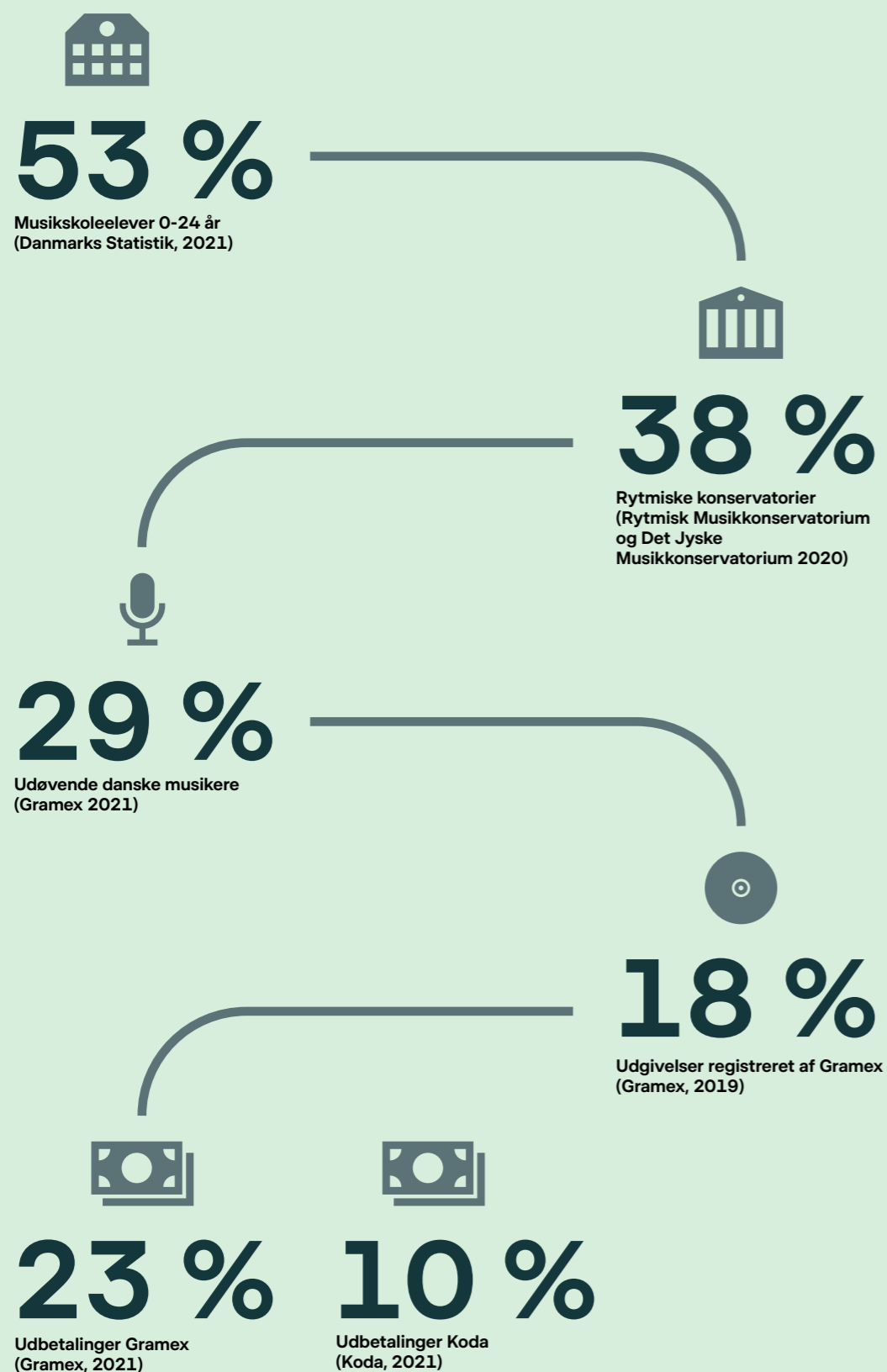
Rebekka Mahler, cand.scient.soc. med speciale i kønsforskning, specialkonsulent i videnscentret KVINFORM med fokus på sexisme.

2

Kvindelig repræsentation i 'musikfødekæden' i Danmark

Der er en længere udviklingsrejse, før en kunstner bliver spillet i radioen eller vinder en pris til et awardshow. Den musikalske opvækst kan tage forskellige former, men den starter som regel med inspiration; at man får lyst til at spille og skabe musik. Derefter kommer læring og erfaring; man skal lære at spille og skabe musik eller at stå på en scene. Senere følger mødet med den professionelle musikbranche, hvor det handler om at finde de rigtige samarbejdspartnere, at udgive og afsætte sin musik, for slutteligt (og forhåbentlig) at blive spillet i radio, på streamingtjenester, til koncerter og på festivaler. En stærk musikfødekæde er forudsætningen for fremtidens danske musikliv og for mangfoldigheden i den danske musikbranche. Men som det fremgår af tallene, sker der flere tydelige 'knæk' i den kvindelige repræsentation undervejs. Pigerne er i overtal på landets musikskoler, men derfra daler repræsentationen for hvert et skridt der tages mod en professionel musikkarriere – og kvinderne ender med kun at modtage 10 procent af rettighedsmidlerne fra Koda. Med andre ord: Jo længere man kommer i fødekæden mod en professionel karriere, jo lavere er den kvindelige repræsentation.

Kvindelig repræsentation i 'musikfødekæden' i Danmark



Kilde: Danmarks Statistik (2021), Rytmisk Musikkonservatorium og Det Jyske Musikkonservatorium (2020), Gramex (2019 + 2021) og KODA & Gramex (2021).

Figur 1 skitserer den kvindelige repræsentation på fire betydningsfulde områder i den danske musikfødekæde; fra det musikalske vækstlag og den udvikling af musikalsk talentmasse, der sker i musikskolerne; på musikkonservatorierne; i mødet med den professionelle musikbranche og sluttelig i udbetalingerne fra danske musikrettighedsorganisationer, som repræsenterer en del af kvindernes indtægter fra musikken.

Frafald fra musikskole til musikkonservatorier

Piger udgør 53 procent af eleverne på instrument- og sangundervisningen på landets musikskoler og er således i let overtal i den musikalske opvækst.³⁾ Men allerede på overgangen til de rytmiske musikkonservatorier sker det første 'knæk', og andelen af kvinder falder med 15 procentpoint. Således udgør kvinder 38 procent af de studerende på de rytmiske musikkonservatorier.⁴⁾ Desuden ses en kønlig skævvridning med hensyn til musikroller på både musikskoler og på de rytmiske konservatorier, hvor drenge og mænd primært er instrumentalister, mens piger og kvinder primært er sangere.⁵⁾

Set over en årrække er der dog tegn på opblødning i den traditionelle kønsfordeling for instrumenter. Eksempelvis er der for typiske 'drengedinstrumenter' som elbas og slagtilbehør et svagt skift i retning af en større andel af piger. Pigerne andel af slagtilbehørsleverne steg fra 13 procent i 2016/2017 til 18 procent i 2020/2021, og de tilsvarende tal for elbas er henholdsvis 24 og 27 procent. På samme vis er andelen af drenge, der spiller tværflojter, steget fra 9 til 13 procent af eleverne fra 2016/2017 til 2020/2021. For sang er andelen af mandlige elever i perioden steget fra 17 til 19 procent.⁶⁾

Markant færre udgivelser fra kvindelige musikere

Komponistrettighedsorganisationen Koda's kønsstatistik tydeliggør det næste knæk i fødekæden, som vedrører andelen af skabende danske musikere.⁷⁾ Af kønsstatistikken fremgår det, at blot 20 procent af Koda's medlemmer i 2021 er kvinder.⁸⁾ Året før udgjorde kvinderne 19 procent af Koda's medlemmer. Der ses ligeledes en markant skævvridning mellem danske udgivelser af henholdsvis mænd og kvinder, registreret af Gramex i 2019.⁹⁾ Her stod danske kvindelige musikere bag 33,9 procent af udgivelserne registreret af Gramex¹⁰⁾, og blot 18 procent af udgivelserne kom fra kvindelige solister eller bands kun bestående af kvinder.

Kvindelige kunstnere har langt færre afspilninger end mandlige

Hvert år offentliggør Gramex tre top-10-liste på basis af deres oplysninger om, hvilke danske numre og kunstnere der er de mest spillede på landets radiokanaler. En liste opgør årets 10 mest spillede danske sange, en anden liste årets 10 mest spillede danske hovedkunstner – dvs. den solist eller gruppe, i hvis navn udgivelsen er udsendt – og en tredje liste rangerer de 10 mest spillede danske musikere, da disse kan være studiemusikere eller producere, som medvirker på flere forskellige udgivelser og ikke udkommer som hovedkunstner.¹¹⁾ I 2016, 2017 og 2018 var der tre år i træk ikke én eneste kvindelig kunstner på nogen af de tre top-10-liste. I 2019 var ganske få kvinder repræsenteret på listerne, og heraf kun én, Clara, som hovedkunstner.¹²⁾ Og i 2020 var Drew Sycamore den første kvinde nogensinde på listen over de mest spillede danske musikere.¹³⁾

Vender vi blikket mod streamingtjenesten Spotifys hitlister, er der ligeledes langt imellem kvinderne. Ved udgangen af hvert år offentliggør Spotify, hvilke numre og kunstnere der er blevet streamet mest

3) Danmarks Statistik, 2022.

4) Rytmisk Musikkonservatorium (RMC) og Det Jyske Musikkonservatorium (DJM) 2020.

5) Danmarks Statistik, 2022.

6) Danmarks Statistik, 2022.

7) Koda sørger for betaling til deres medlemmer; komponister, sangskrivere og musikforlag, når deres musik bliver brugt i det offentlige rum.

8) Koda, 2021.

9) Gramex er en nonprofit-medlemsorganisation, som sørger for, at udøvende kunstnere (musikere og artister) og producenter (pladeselskaber, musikskudskaber og selvudgivere) får betaling, når indspillet musik afspilles offentligt.

10) Kvindelig repræsentation betegnes som 'kun kvinder' og 'bands og orkestre med kvindelige medlemmer'.

11) Listerne kan findes på Gramex' website: <https://gramex.dk/om-gramex/tal-og-statistik>

12) På listen "Årets mest spillede danske sang" var bandet Alphabeat med Stine Bramsen i front nr. 3. Ale-xander Oscar indtog sammen med den svenske kunstner SVEA plads nr. 10. Der var ingen kvinder på listen over 2019's mest spillede danske musikere. Kilde: <https://gramex.dk/om-gramex/tal-og-statistik>

13) Gramex, 2021.

i Danmark. Én liste opgør årets 10 mest streamede kunstnere, en anden årets 10 mest streamede sange, og en tredje liste rangerer de 10 mest streamede album.¹⁴⁾ På de tre top-10-liste, Spotify har offentliggjort for musikstreaming i Danmark i 2021, er blot to kvinder at finde, og ingen af dem er danske. Øverst på top-10-listerne ligger til gengæld hele 10 danske mandlige kunstnere. Gilli er den mest streamede kunstner i Danmark i 2021, mens Kidd med 'Buongiorno' snupper førstepladsen på listen over de mest streamede sange. I 2020 var der hele 15 danske artister fordelt på de tre top-10-liste. Alle sammen mænd.¹⁵⁾

Ser vi på de danske Spotify-brugeres lyttevaneer, viser en opgørelse fra 2021, at kvinder lytter mere til kvindelige artister, end mænd gør. 31,5 procent af de kvindelige brugeres streams går således til kvindelige kunstnere, mens blot 18,5 procent af de mandlige brugeres streams går til kvinder.¹⁶⁾ Spotifys kuraterede playlister (sammensat af et redaktionelt playliste-team, eksempelvis "New Music Friday") giver flere streams af kvindelige artister, end hvis brugerne selv vælger musiknumre.

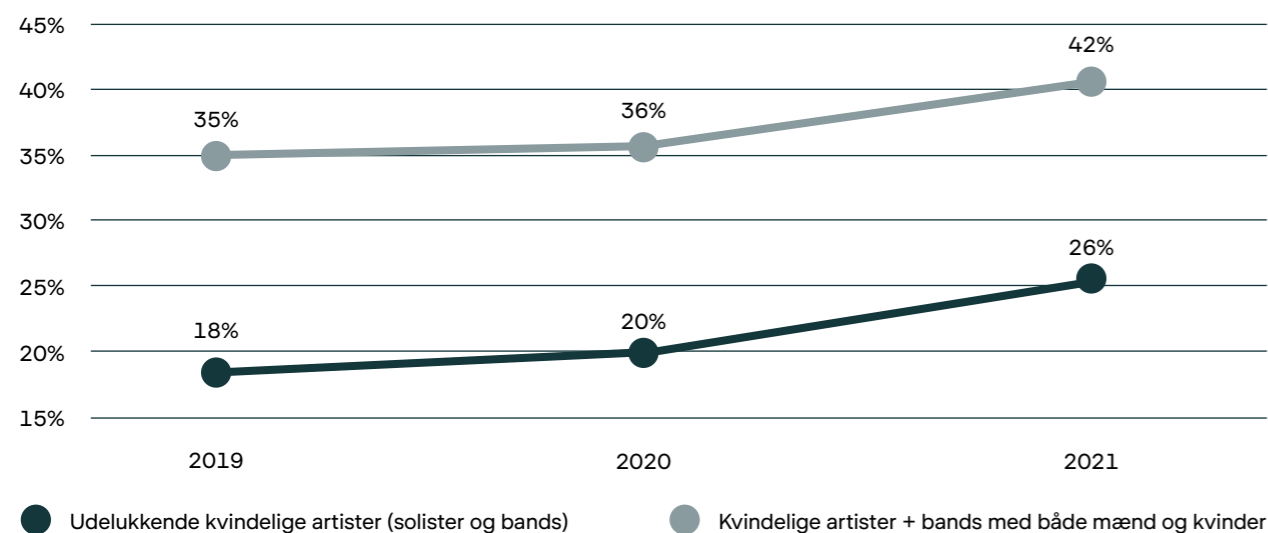
Spotifys algoritmer, derimod, der automatisk foreslår sange til den enkelte bruger (eksempelvis "Discover Weekly playlister"), giver færre streams til kvindelige artister.¹⁷⁾ Det tyder altså på, at kuraterede playlister giver den største repræsentation af kvindelige musikere blandt Spotifys brugere.

Stiller vi skarpt på den kvindelige repræsentation i DR's musikindhold, stod der danske kvindelige artister bag 35% af de numre, som blev spillet på DR's radiokanaler i 2019. I 2020 var tallet 36 procent, og i 2021 steg repræsentationen til 42 procent. Grafen herunder giver et overblik over udviklingen i repræsentationen af danske kvindelige artister i DR's radioafspilninger.¹⁸⁾

På kanalniveau ses den mest markante stigning i den kvindelige repræsentation hos P3, P4 og P6 Beat, der samtidig er de kanaler, som spiller mest ny musik. For P3 er andelen steget fra 29 til 43,6 procent. Hos P4 er den steget fra 28 til 37,5 procent. Og hos på P6 Beat er den steget fra 25 til 44 procent.

Figur 2

Repræsentationen af danske kvindelige artister i DR's radioafspilninger



14) Spotify, 2021.
15) Spotify, 2020.
16) Everynoise, 2022.
17) Everynoise, 2022.
18) DR Musiktjenester, 2022

Kvindelige sangskrivere og kunstnere modtager en brøkdel af udbetalingerne

Kvinderne er i markant undertal, når man ser på udbetalinger af rettighedsmidler. Ved Gramex hovedudbetaling¹⁹⁾ i 2021 var 29 procent af de kunstnere, der fik udbetalinger fra Gramex, kvinder, og af den samlede udbetalingssum gik 23 procent til kvinderne²⁰⁾. Endvidere tilfaldt blot 10 procent af den samlede udbetaling fra Koda i 2021 kvinder, og der er ingen kvinder repræsenteret blandt top-10 af de bedst indtjenende medlemmer i Koda.²¹⁾ Dette er stort set på niveau med udbetalingsandelen i 2019.²²⁾ Kodas kønsstatistik viser en kønsbalance i indtjeningen hos de danske musikskabere, og den bliver markant større, jo højere rettighedshavernes indtjening er. Ubalancen er mest markant, når man ser på de medlemmer, som får spillet deres musik i et så stort omfang, at de kan tælles med blandt de bedst indtjenende i Koda. Der er ingen kvinder i top-10 blandt de bedst indtjenende medlemmer på hverken tv, radio eller streaming eller download.²³⁾

90 mænd og 5 kvinder

modtog i 2020 mere end 400.000 kroner. De 90 mænd modtog i alt 81,6 millioner kroner. De fem kvinder modtog i alt 4,1 millioner kroner, hvilket svarer til 4,8 procent af det samlede beløb blandt dem, som modtog mere end 400.000 kroner. Til sammenligning var kvindernes beløbsandel på 6,2 procent i 2019.²⁴⁾

19) Udbetaling til de udøvende kunstnere (musikere og artister) og musikproducenter (pladeselskaber og selvudgivere), hvis musikudgivelser er blevet spillet offentligt – for eksempel i dansk radio eller tv.
20) Gramex, 2021.
21) Koda, 2021.
22) Koda, 2020.
23) Koda, 2021
24) Koda, 2021

3

Barrierer og udfordringer

Tallene viser, at kønsbalancen i dansk musikliv er markant, og i stigende grad for hvert et skridt der tages mod toppen. Hvorfor det forholder det sig sådan, findes der ikke et enkelt og entydigt svar på. Der er mange årsager – store som små, alvorlige som uforsætlige – til, at kvinderne falder fra undervejs i deres musikalske opvækst og oplever udfordringer med at finde fodfæste i den professionelle del af musikbranchen på lige fod med mændene.

Med afsæt i 75 interviews med kvinder i det danske musikliv – både unge og ældre, ny-udklækkede og etablerede musikere, kunstnere, sangskrivere og producere samt kvinder fra landets musikvirksomheder tegner kapitel 3 et tydeligt billede af nogle af de udfordringer og barrierer som kvinderne møder igennem deres musikalske liv. Kvindernes oplevelser og erfaringer giver et indtryk af vilkårene for kvinder i den danske musikbranche og kan give nogle af svarene på, hvorfor kønsbalancen er så skæv.

De mange perspektiver er samlet til 10 tematikker, der beskriver barrierer og udfordringer for kvinder i musikbranchen; fra sexismen til chikane til stereotyper, kønsbias, mangel på netværk og sprogbrug i medierne. Barrierer, som opstår allerede i kvindernes musikalske opvækst og fortsætter hele vejen ind i deres professionelle karrierer. Hver især bidrager de til forståelsen af en omfattende udfordring, der trækker tråde til alle dele af den danske musikbranche. De 10 barrierer er præsenteret nedenfor.

TEMA 1

Stereotype forestillinger igennem den musikalske opvækst

Piger synger, drenge spiller

TEMA 2

Højere krav, lavere forventninger

Oplevelsen af at skulle kunne 'mere' for at komme igennem musikbranchens nåløje

TEMA 3

Sammenligning og konkurrence-itencitet

Sammenligning med andre kvinder og "kun plads til én kvinde på tronen"

TEMA 4

Manglende netværk og fællesskab

Oplevelsen af at stå alene

TEMA 5

Sprog og retorik

Sexistisk sprogbrug i medierne og en generel tendens til at miskreditere kvinder

TEMA 6

Ageism

Kvindelige musikere har i højere grad end mænd en udløbsdato og mister hurtigt salgsværdi

TEMA 7

Snævert og unuanceret billede af 'den kvindelige artist'

Fokus på hår, krop, tøj, brand og narrativ

TEMA 8

Sexchikane og grænseoverskridende adfærd

Fra seksuelle kommentarer til deciderede overgreb og manglende rum til at sætte grænser

TEMA 9

Mandsdomineret branche og maskuline normer

Ikke plads til klassisk feminine værdier i branchen. Kvinderne må gøre sig 'hårde' for at passe ind

TEMA 10

Mentale barrierer og udfordringer

Usikkerhed, mindreværd og en følelse af ikke at høre til

01

Stereotype forestillinger igennem den musikalske opvækst

Tema 1 belyser betydningen af kønsnormer og -forventninger i musiklokalet og op igennem kvindernes musikalske opvækst. Afsnittet fokuserer på de barrierer og udfordringer, som kvinderne oplevede i den tidlige musikundervisning, og som de peger på har betydning for deres lyst og interesse for eksempelvis at tage et instrument op og generelt overveje en fremtid i musikkens verden. Kvindernes oplevelser peger på nogle generelle og iboende kønsstereotyper og opfattelser, som groft skitseret resulterer i, at pigerne ender ved mikrofonen og drengene bag trommerne, og at rollerne ikke udfordres. Flere peger på, at manglen på rollemodeller og forbilleder i de tidlige år har betydning for instrumentvalg og for modet til at udfordre status quo.

Det er væsentligt at pege på, at respondenterne i undersøgelsen har alderen 18 til 48 år. Der er derfor nogle oplevelser, som er relativt friske, og andre, som ligger en del år tilbage, og som derfor ikke nødvendigvis er et retvisende billede af, hvordan musikundervisning foregår i dag. Ikke desto mindre bidrager kvindernes beretninger med værdifuld indsigt i, hvordan det er – og har været – at være ung kvinde i dansk musikliv.

“Piger synger, drenge spiller”

🎵 *Trommer er et drengeinstrument. Piger kan ikke producere. Sådan var det bare!*

– *forbillede.*

Ifølge de 75 interviewpersoner var det allerede i de tidlige musikår, at kønsrollerne blev tegnet skarpt op. I folkeskolen greb drengene guitaren eller tog plads bag trommesættet, og pigerne sang eller spillede klaver. Mange af interviewpersonerne satte ikke selv spørgsmålstegn ved rollefordelingen, og flere oplevede, at kønsrollerne og stereotyperne blev understøttet af lærerne. En stor del af respondenterne fortæller desuden, at de fra en tidlig alder oplevede forskel på, hvilke musikfællesskaber henholdsvis drenge og piger blev inviteret naturligt ind i, samt hvordan de forventedes at opføre sig og udfolde sig i musiklokalet eller på musikstudiet.

På de danske musikkonservatorier spiller 22 procent af de kvindelige studerende et instrument, mens tallet for de mandlige studerende er 96 procent.²⁵⁾

75 procent af de lærere, der underviser i et instrument på de danske musikkonservatorier, er mænd.

61 procent af de kvindelige konservatorieundervisere underviser i sang.

I de kvalitative interviews beskriver flere af respondenterne, at kønsstereotype forestillinger om 'maskuline instrumenter' og 'feminine instrumenter'²⁶⁾ i høj grad har præget deres tidlige musik-år. En kvindelig musiker fra talentlaget fortæller for eksempel: "I musikskolen oplevede jeg en tydelig kønsforskel ved, at drengene naturligt greb bas, trommer og guitar, og pigerne sang og spillede klaver."

En anden kvindelig musiker fra talentlaget husker: "Pigerne gik til kor, og drengene spillede i band. Sådan var det bare ..."

Et forbillede fortæller: "Jeg gik på en meget musikalsk folkeskole. Der var vi en masse piger der sang, og så spillede drengene på instrumenterne. Det er mit første minde med musikken, og også mit første møde med de kønsforskelle, der er, kan man sige ..."

Gennem undersøgelsen nævner flere respondenter en oplevelse af, at teknik og tekniske færdigheder knyttes sammen med det mandlige køn. Mens drenge (og senere mænd) i respondenternes opvækst naturligt blev tilskrevet tekniske kompetencer, blev pigerne opfattet som "de bløde", der ikke naturligt passede i eksempelvis producerstolen.

Forskeren Steen Baagøe Nielsen skriver, at når et arbejde (eller et instrument/en musikrolle) traditionelt oftere varetages af det ene køn, kan kønnet komme til at opleves som indbygget i selve arbejdets funktion, og det kan opleves, som om det er tilrettelagt for det ene køn. Det betyder også, at det opleves som opsigtsvækkende og forkert, når personer fra 'det andet køn' træder ind på arbejdspladsen (eller i studiet).²⁷⁾

På samme måde beskriver flere af undersøgelsens respondenter, at det kunne vække undren eller opleves som unaturligt, hvis de opsøgte drengene i studiet for at tage del i den tekniske del af musikproduktionerne. En kunstner fra talentlaget fortæller: "I gymnasiet ville jeg gerne producere. Det var første gang, jeg mærkede forskel på drenge og piger. Jeg blev som regel ikke inviteret naturligt med ind i produktionen, selv om jeg var en del af drengegruppen. Når jeg var med i studiet, skulle jeg altid spille klaver."

En producer fra talentlaget fortæller om at have svært ved at blive lukket ind i producerfællesskabet på sin højskole: "Jeg tog på højskole for at lære at producere. Vi var 17 på mit hold, hvoraf vi kun var tre kvinder. Her var det svært at blive lukket ind hos drengene. Det følte, som om de var lidt fordomsfulde eller irriterede på os piger, der gerne ville producere? De gad i hvert fald ikke hjælpe os. Men de gad jo godt hjælpe hinanden."

“Modige drenge, forsigtige piger”

"Jeg har et tydeligt minde fra musikundervisning i folkeskolen: Alle pigerne stod stille, helt passive, mens drengene løb hen og hamrede løs på instrumenterne." – musiker fra talentlaget.

Flere af respondenterne nævner, at de husker drengene fra deres folkeskoletid som modige og ubekymrede i modsætning til pigerne, som var mere forsigtige: "Drengene tog naturligt plads og var ikke bange for at gøre opmærksom på sig selv," fortæller en kunstner fra talentlaget.

25) Danmarks Statistik 2020, Rytmisk Musikkonservatorium (RMC) og Det Jyske Musikkonservatorium (DJM) 2020.

26) På de mandsdominerede instrumenter som guitar, slagøj eller bas er lyden kendt som mere aggressiv og dominerende i den musikalske helhed. Til sammenligning er instrumenter som fløjte, klaver og strygere mere "forsigtige", bløde og drømmende i deres lyd.

27) Steen Baagøe Nielsen, 2016.

Et forbillede supplerer: "Siden jeg var lille, har jeg bemærket, hvordan pigerne var mere forsigtige. Det var altid drengene, der stod i front med instrumenterne. Og det var ikke, fordi de var bedre til at spille. Men hvis drengene løber hurtigst hen til trommesættet, så gør man, som pige, noget andet. Så stiller man sig bag mikrofonen og synger."

En producer fra talentlaget fortæller, at også hun oplevede en anden selvtilid blandt drengene i gymnasiet:

"I producerhold på gymnasiet var drengene vildt gode til at hype sig selv og hinanden, og vi piger var meget mere tilbageholdende."

Respondenterne oplever, at oplevelserne og de indforståede normer har påvirket dem på forskellige måder. I nogle tilfælde har de følt sig begrænset i deres muligheder og musikalske udfoldelse. En trommeslager fortæller: "Jeg havde musik på A-niveau i gymnasiet. Hver time havde vi samspil, og der var det drengene, der var dominerende. De skulle spille på bas og trommer osv. Jeg turde slet ikke 'claime' trommerne, selv om jeg selv var trommeslager."

En kunstner fra talentlaget fortæller ligeså: "Hvis jeg skulle spille trommer i gymnasiet, stod der altid en dreng på sidelinjen og var klar til at springe ind. Jeg fik fornemmelsen af, at de tænkte: 'Det klarer hun jo nok ikke.'"

Lærernes rolle og forskellige forventninger til drenge og piger

🎵 Fordelingen skete helt automatisk. Jeg har aldrig oplevet en lærer, der gjorde noget for at bryde med det der stereotype mønster, og sætte en pige på trommerne for eksempel. Men altså, de har jo også deres forventninger til os hver især: Og piger er bedst til skønsang, åbenbart.

– forbillede.

Flere interviewpersoner oplever, at lærerne har forskellige forventninger til drenge og piger med hensyn til musikkundskaber og interesser. Respondenterne peger på, at de i den tidlige musikundervisning savnede, at deres musiklærere var opmærksomme på den kønsopdelte instrumentfordeling og havde opfordret til og støttet pigerne i at kaste sig ud i det samme som drengene. En musiker og sangskriver fra talentlaget fortæller:

"Lærerne udfordrede ikke pigerne nok til at prøve at tage et instrument op. Musiklærerne skal være bedre til at fordele rollerne og putte flere piger på instrumenterne. Det er jo en balancegang, for musik skal være lystdrevet, men det kunne være fedt, hvis instrumenterne blev lidt mere fordelt."

Flere forskningsstudier fremdrager, at mange lærere har (implicitte) kønsbias, som påvirker elevernes opfattelse af deres egne kompetencer. Et forskningsstudie om udfordringer inden for kønsligestilling og uddannelse i Norden finder for eksempel, at lærere ofte interagerer forskelligt med drenge og piger. De stiller oftere opfølgende spørgsmål til drenge og beder dem uddybe de ideer, der præsenteres i deres arbejde, mens piger oftere får ros for deres orden. Denne tendens bekræftes af et nyere finsk studie, hvor lærere udviste en mere negativ opfattelse af pigers evner inden for matematik end drenges.²⁸⁾

En nylig rapport fra Udvalget om ligestilling i dagtilbud og uddannelse peger endvidere på, at kønsstereotype forventninger til drenge og piger udgør en barriere for det enkelte barns muligheder og potentiale, da lærere generelt spiller en afgørende rolle for børn og unges uddannelses- og karrierevalg.²⁹⁾

Kvinderne oplever, at musiklærernes manglende opfordringer og støtte har medført, at de i mindre grad vælger visse instrumenter til – og at det påvirker deres tro på en fremtid i musik. En kvindelig musiker fortæller: "Pigerne blev sat til at synge, fordi drengene ville spille på de larmende instrumenter. Hvis nu bare mine lærere havde inspireret mig til at spille guitar, havde jeg måske haft større mod på det."

Det er dog værd at bemærke, at ikke alle interviewpersonerne har reageret ens på læreres forventninger. En respondent fra talentlaget forklarer, at hun blev så provokeret over, at pigerne automatisk blev sat til at synge, at hun opsøgte instrumenterne i protest: "Jeg kan huske, at jeg var virkelig frustreret over, at pigerne automatisk blev sat til at synge. Det var altid det samme, og jeg blev så provokeret over det, at jeg i protest blev mere og mere interesseret i instrumenterne."

Et forbillede fra undersøgelsen fremhæver, at en del af hendes motivation til at spille guitar skyldtes en mandlig lærer, som tilbage i 2006 havde en negativ attitude over for piger, der spillede guitar: "Jeg har

blandt andet en oplevelse fra min højskole, hvor jeg gik i 2006. Jeg blev først sat i et kor, hvilket jeg var virkelig dårlig til, så jeg sagde til vores lærer, at jeg også kunne spille guitar, hvortil han sagde – foran alle – 'Piger kan ikke spille guitar.' Fra den dag havde jeg bare lyst til at prove him wrong!"

Kvindelige forbilleder og rollemodeller har betydning

🎵 Jeg spejlede mig meget i mit eget køn dengang. Jeg så ekstremt meget op til min kvindelige folkeskolelærer, som spillede klaver, det var faktisk derfor, jeg selv begyndte.

– kunstner fra talentlaget.

Respondenterne peger på, at en af årsagerne til deres og andre pigers underrepræsentativitet på musikinstrumenterne kan være manglen på kvindelige rollemodeller og forbilleder.³⁰⁾ De har særlig betydning i den musikalske opvækst og i de formative år, hvor kvinderne peger på, at de både savner forbilleder ude i verden og mangler nære rollemodeller blandt underviserne på landets musikskoler og konservatorier.

En kunstner fra talentlaget fortæller: "At se nogle rollemodeller producere; spille bas; guitar; trommer helt tilbage i folkeskolen og MGK (musikalsk grundkursus, red.) havde gjort en verden til forskel. Det føltes på mig, som om det faldt uden for normen, hvis man som kvinde producerede

28) Damvad Analytics, 2016: Piger i Science, Technology, Engineering and Mathematic (STEM): Kortlægning af udfordringer inden for køn, ligestilling og uddannelse i Norden.

29) Undervisningsministeriet, 2017: 'Ligestilling i Dagtilbud og Uddannelse'.

30) Undersøgelsen skelner ikke stringent mellem begrebet forbilleder og rollemodeller. Forbilleder og rollemodeller kan således både være små og store stjerner på den internationale eller danske musikhimmel, musiklæreren på den lokale musikskole og andre kvinder i ens netværk eller familie.

eller spillede bas eller ... Det følte jeg mig meget begrænset af."

Et forbillede husker:

De drenge, der spillede musik i folkeskolen, eller dem, der startede på musikskole, valgte ofte deres instrument ud fra de musikidoler, som de kunne identificere sig med fra den kommer-cielle branche. Der var bare ikke rigtig nogle af mine forbilleder, der spillede selv, så det så jeg aldrig som en mulighed.

– forbillede.

For disse respondenter har manglende repræsentation været med til at cementere traditionelle forestillinger om kvindelige og mandlige kompetencer og muligheder. Og de er langt fra de eneste af respondenterne i undersøgelsen, der har oplevet, at "kønnede" mønstre har påvirket deres instrument- og karrierevalg.

En kvindelig artist og nyudklækket producer fra talentlaget fortæller, at hun i mange år ikke følte, at det var en mulighed at være producer som kvinde, fordi hun ikke havde nogen at spejle sig

i. I det følgende citat reflekterer hun over, hvilken betydning det ville have haft for hendes selvtillid, hvis hun havde kunnet spejle sig i kvindelige musikproducere:

"Det ville have betydet meget for mig at have nogle kvindelige forbilleder, der selv producerede. Det tror jeg havde givet langt mere selvtillid til bare at kaste mig ud i det. Det er jo helt utopi at forestille sig. Tænk hvis der havde været en kvindelig James Blake, som jeg havde kunnet se op til. Det tror jeg havde gjort underværker. Da jeg var yngre, tænkte jeg nærmest, at det var en umulighed for mig at producere."

Forskerne Rosemary Bruce og Anthony Kemp har lavet en undersøgelse af piger og drenges valg af instrumenter.³¹⁾ Undersøgelsen viser, at drenge er mere tilbøjelige til at vælge instrumenter, der generelt associeres med noget maskulint. Det gælder, uanset om de ser instrumenterne håndteres af mænd eller kvinder. På den anden side vælger drengene kun de "feminine" instrumenter, når de spilles af mænd. Piger er modsat drengene primært tilbøjelige til at vælge et instrument, hvis de ser, at det pågældende instrument bliver spillet af en kvinde.

) 2

Højere krav, lavere forventninger

'9 ud af 10 gatekeepere er mænd.³²⁾

Det er altså som hovedregel mænd, der træffer beslutningerne i organisationer og institutioner, herunder musikselskaber, spillesteder, festivaler, medier, radiostationer og diverse fonde.

De fleste af musikbranchens gatekeepere er mænd. Det mener kvinderne har en negativ betydning for, hvordan der bliver investeret i dem, og hvordan de bliver vurderet og (ud)valgt. En gennemgående oplevelse blandt respondenterne er, at kvindelige artister skal kunne mere end deres mandlige kollegaer for at blive bemærket og for at komme igennem musikbranchens nåleøje. Endvidere oplever en stor gruppe respondenter at skulle bekæmpe stereotyper og modbevise forventninger om, at deres køn har negativ betydning for deres musikalske talent, kunnen eller fysik. De oplever at skulle gøre en særlig indsats for at retfærdiggøre, at de hører til på et givent instrument eller i en bestemt del af branchen, og de oplever, at de opfattes som en 'dårligere forretning' end deres mandlige kollegaer.

Gatekeepers i musikbranchen er de beslutningstagere, der bestemmer, hvad der bliver spillet i radioen, hvem der får pladekontrakter og aftaler, hvem der bliver booket til populære festivaler, hvilke sange der får en plads på streamingplaylister, samt hvilke artister der skrives om og dermed promoveres via medierne.

Musikbranchens gatekeepere er mænd

"Min tese er, at gatekeepere kommer til at lede efter et spejl af sig selv. Så når alle gatekeepere er mænd, er det klart, at der er flere mandlige kunstnere signet på pladeselskaberne og spillet på radioen." – kunstner fra talentlaget.

Flere af kvinderne i undersøgelsen peger på, at størstedelen af de gatekeepere, de møder på deres vej, er mænd. Kvinderne oplever, at overvægten af mænd på de magtfulde poster både på musikselskaberne og radioselskaber, herunder DR, kan have betydning for, hvordan deres musik bliver modtaget, hørt og forstået. En kunstner fra talentlaget udtrykker her sin bekymring for, om vurderingen af kvindelige talenter afhænger af øjnene, der ser, og ørerne, der hører:

31) Bruce & Kemp: Sex-stereotyping in Children's Preferences for Musical Instruments, 2008.

32) Sarlvit, 2020: The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry.



Min tese er, at gatekeepere kommer til at lede efter et spejl af sig selv. Så når alle gatekeepere er mænd, er det klart, at der er flere mandlige kunstnere signet på pladeselskaberne og spillet på radioen.

– kunstner fra talentlaget.

”Den største udfordring er nok, at man møder mange søde mænd på eksempelvis pladeselskaber, men som siger: ’Jeg kan ikke helt mærke det, jeg kan ikke relatere til det’, når man præsenterer sin musik. Og så ved jeg ikke, om det er, fordi min musik bare ikke ER god nok, eller om det er, fordi han hører musik med nogle andre ører, end mit potentielle publikum ville gøre. Nogle mænd ser og hører jo ting fra et andet perspektiv, og relaterer måske mere til musik fra drenge og mænd. Og det føles som en hæmsko, at der ikke sidder nogle kvinder i de positioner, som måske bedre ville kunne forstå min musik og tale mit (kvindelige) publikums sag.”

En stor del af respondenterne fortæller også, at de har en oplevelse af, at det er én enkelt eller meget få og overvejende mænd der bestemmer, hvilken musik der sættes i rotation på DR’s radiokanaler. Et forbillede mener for eksempel: ”Jeg synes det er problematisk, at der sidder så få mennesker ude på DR, og flest mænd, og vælger, hvad der skal spilles i radioen. Måske man skulle overveje en anden model.”

Flere interviewpersoner påpeger i det hele taget DR’s gatekeeperfunktion og ansvar for at støtte og fremvise flere kvindelige kunstnere ’på vej’. En kunstner fra talentlaget pointerer vigtigheden af at blive spillet på P3, for at bryde igennem og for at etablere en musikkarriere. Hun reflekterer over, om mandlige værter, som hun mener der er flest af, har en tilbøjelighed til at vælge flest mandlige kunstnere.

”P3 er guld. Når først du er dér, har du klaret den. Jeg er blevet spillet en lille smule, men det har primært været kvindelige værter, der har været søde til at tage mig ind. Jeg har meget en følelse af, at det er mænd, der sidder derinde og vælger, hvad der skal spilles. Jeg har aldrig været inde til interview hos en mandlig vært. Men i en periode, hvor en kvindelig vært afløste en mandlig, blev jeg for første gang inviteret ind i studiet. Måske er det et tilfælde. Måske ikke ...”

Endvidere beskriver flere respondenter, at det kan føles, som om de er usynlige, eller som om deres kompetencer eller talent ikke bliver set eller forstået af branche og samarbejdspartnere. Dette understøttes blandt andet af et udsagn fra en kunstner fra talentlaget:

”Jeg har ofte følt det, som om jeg var usynlig. Følt, at det, som jeg laver, bliver misforstået af branchen og de mænd, der sidder på magten. Jeg tror, at A&Rs [personer på pladeselskaber med ansvar for artisters udvikling og repertoire] for eksempel kommer til at lede efter et spejl af dem selv og satse på de artister, som de kan relatere til; en stemme, en stemning eller et visuelt udtryk, som de kan se sig selv i.” – musiker fra talentlaget.

’Lig med mig’-bias. Flere forskningsstudier finder, at både mænd og kvinder typisk har en præference for mennesker, som de har visse ligheder med – for eksempel køn, hudfarve eller social status. Denne teori kaldes populært ’lig med mig’-bias og beskriver, at vi i antropologisk forstand er ’stammefolk’ og derfor har en præference for at omgive os med og opsøge mennesker, som vi er ’i stamme med’. Konsekvensen er, at vi giver flere fordele til mennesker, som minder om os selv, og ubevidst bearbejder mere af den information, de giver os end andre.³⁴⁾

Kandidatafhandlingen ’The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry’ fra 2020 peger på, at ’lig med mig’-bias er en af årsagerne til musikbranchens kønsskævheder. I afhandlingen pointeres det, at 9 ud af 10 af musikbranchens gatekeepere er mænd. Ifølge forfatteren er der en sammenhæng mellem overvægten af mænd på forskellige poster imus ikbranchen og antallet af mandlige artister – ikke fordi de bevidst fravælger kvinder, men nærmere fordi de tilvælger mændene. Det bliver en ubevidst mekanisme, der gør det svært for kvindelige musikere at bryde igennem musikbranchens mange ’gates’. Forfatteren konkluderer dertil, at underrepræsentationen både højner og forvrænger kravene til de kvindelige artister.³³⁾

33) Sarlvit, 2020: The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry.

Kvindelige artister skal bevise mere end deres mandlige kollegaer

"Jeg har det, som om kriterierne er anderledes for kvinder. Branchen har opfundet nogle kriterier for kvinder, som næsten er umulige at leve op til. En form for perfektion. Du skal være en exceptionelt god vokalist og en vild performer og have et stærkt personligt brand. Intet mindre kan gøre det."

En stor gruppe kvinder i undersøgelsen oplever, at beslutningstagere i branchen ikke bedømmer talent eller kompetencer neutralt, men dømmes det forskelligt, afhængigt af om afsenderen er en mand eller en kvinde. En gennemgående oplevelse er, at branchens adgangskrav er højere for kvinder end for mænd: at kvindelige artister skal kunne 'mere' end mandlige artister, for at blive bemærket og komme igennem musikbranchens nåleøje. "Jeg føler, at man skal kunne synge bedre, skrive bedre, performe bedre. Mænd må godt bare gå på scenen i en T-shirt og synge en low-key popsang. Kvinder skal skille sig ud på mange flere parametre."

🎵 Vi kvinder skal give 25 procent ekstra for at blive taget seriøst. Sådan er det bare.

– *forbillede.*

At kvinder skal give 25 procent ekstra for at blive taget seriøst, går igen i undersøgelser fra andre brancher. I erhvervslivet gælder det, at kvinder ofte er overkvalificerede til en stilling eller en opgave, før de søger den, mens mænd melder sig under fanerne, når de er ved at være klar. Det samme gælder, når man først har fået jobbet. Her udtrykker mange kvinder også følelsen af, at de bliver nødt til at være bedre end deres mandlige kolleger for at blive anerkendt.³⁴⁾

"Jeg snakkede for nylig med en rigtig dygtig sangskriver, som har skrevet for en masse kunstnere. Og hun oplever, at drenge bedre kan

slippe afsted med, at teksten ikke er så skarp, men det kan kvinder ikke." – kunstner fra talentlaget.

Mange analyser og eksperimenter har vist, at kvinder systematisk bliver bedømt lavere end deres mandlige 'modpart'.³⁵⁾ Den amerikanske undersøgelse "Orchestrating Impartiality: The Impact of 'Blind' Auditions on Female Musicians" fra 2000 er et velkendt studie, der underbygger netop dette. Her fandt de to forskere bag undersøgelsen indikation for, at kvindelige ansøgere generelt havde lettere ved at gå videre i ansøgningsrunderne til stillinger i de største amerikanske symfoniorkestre, når optagelsesprøverne foregik bag en skærm eller et forhæng, sådan at ansættelsesudvalget ikke kunne afgøre kønnet på den, der spillede. Undersøgelsens cases var en række amerikanske symfoniorkestre, herunder de såkaldte Big Five – The New York Philharmonic, Boston Symphony Orchestra, Chicago Symphony Orchestra, Philadelphia Orchestra og Cleveland Orchestra – som gennem det meste af det 20. århundrede blev anset for at være de fem kunstneriske sværvægttere i USA.³⁶⁾

Kvindelige kunstnere opfattes som en dårligere forretning end mandlige

"Begrundelsen for afvisningen fra pladeselskabet var, at det var svært at tjene penge på en som mig, fordi kvinder generelt streamer dårligere end mænd. Det havde i virkeligheden ikke noget at gøre med, hvilken musik jeg laver, tror jeg. Bare det, at jeg er kvinde, og det er åbenbart en dårlig business case." – kunstner fra talentlaget.

De brancheprofessionelle i undersøgelsen genkender tendensen til, at kvinder skal præstere mere og arbejde hårdere for at slippe igennem nåleøjet, og at det er hårdere at 'afsætte' en kvindelig artist end en mandlig ditto:

"Selv om der er et ønske lige nu om at finde flere kvindelige talenter, kan det godt opleves, som om de skal bevise meget mere, før de 'når igennem'. Det går godt med én af mine kvindelige artister nu, og jeg skal ikke kæmpe for at få hende placeret. Men arbejdet dertil har været hårdt. Hårdere

end med mine mandlige artister," fortæller en musikbrancheprofessionel fra undersøgelsen.

Desuden vidner flere branchepersoners erfaringer om, at kvindelige artister skal bevise deres værd i længere tid, før de modtager investeringer på niveau med deres mandlige kollegaer. En musikbrancheprofessionel fortæller:

"Jeg oplever, at kvindelige artister er længere tid om at komme op i samme honorar-niveau som mandlige artister. Det er, som om det går lidt hurtigere for festivalbookerne at lægge større summer i de mandlige artister. Kvinderne skal ligesom bevise deres værd i længere tid. Og jeg ved fandeme ikke hvorfor. Jeg har ingen idé. Og det er først lige gået op for mig nu. Nu kan jeg kigge tilbage på de sidste 10 år og se et mønster."

Kandidatafhandlingen 'The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry' finder i sin analyse af gatekeeperes udvælgelsesprocesser, at der er forskel på, hvordan talent bedømmes og investeres i, alt afhængigt af hvilket køn afsenderen har. Blandt pladeselskaber er forklaringen, at deres investeringer er et spørgsmål om udbud og efterspørgsel, og at kvindelige artister generelt 'underperformer' i markedet. Altså går færre af lytternes streams til kvindelige artister, som også er sværere at få placeret på radioens playlister. Hos pladeselskaberne skaber det en opfattelse af, at kvindelige artister genererer mindre salg og dermed mindre værdi. Og denne generalisering bliver en stopklods for viljen til at investere i kvindelige artister.³⁷⁾

Fleere respondenter blandt forbilleder og de interviewpersoner i talentlaget, som har været i kontakt med pladeselskaber, fortæller i interviewundersøgelsen, at de hos forskellige musikelskaber er blevet afvist med den forklaring, at kvindelige musikere generelt 'streamer' mindre end mænd. Mandlige artister har med andre ord et større publikum end kvindelige artister, som ifølge pladeselskaberne kun kan forvente fans af eget køn.

En kunstner fra talentlaget fortæller: "Jeg havde et møde med et stort pladeselskab, hvor de sagde til mig, at det nok ville være rigtig svært for mig

at bryde igennem. Deres hovedargument var, at jeg er kvinde. Og de talte om, at mænd kun lytter til mænd, og at kvinder lytter til både mænd og kvinder, og derfor har man som kvinde ikke lige så mange lyttere."

Et forbillede husker: "Både på pladeselskab og booking havde vi (respondenten og hendes daværende band, red.) nogle gange møder, hvor vi fik at vide, at grunden til, at vi ikke streamede så meget, var, at mænd lytter til mænd og kvinder lytter til mænd. Og hvad fanden skal man lige stille op med dét? Jeg har tænkt meget over siden, hvor ansvarsfralæggende det er som pladeselskab at sige det."

Stereotype forestillinger om kvindernes evner og formåen

"Som kvindelig producer skal jeg være the fucking shit. Jeg skal være bedre end alle producere i Danmark for overhovedet at blive kaldt producer og ikke 'kvindelig producer'." – producer fra talentlaget.

Ifølge interviewpersonerne i undersøgelsen skal man som kvinde i musikbranchen typisk gøre en særlig indsats for at retfærdiggøre, at man hører til på et givent instrument eller i en bestemt del af branchen. Mange oplever, at deres færdigheder og kompetencer ikke bliver anerkendt på lige fod med mændenes. En respondent blandt forbillederne, som er trommeslager, pointerer:

"Det er da helt tydeligt, at hvis der kommer kvinder, der spiller trommer og bas, så kommer der en kollektiv opmærksomhed på kvinden: Kan hun nu også spille? Der er et større generelt pres på kvinden for at skulle præstere. Når kvinder er dér, så skal de være ekstraordinært gode."

En anden musiker blandt forbillederne oplever på samme vis, at kvinder i højere grad end mænd skal 'bevise deres værd': "Mænd skal ikke bevise deres værd på samme måde, som vi kvinder skal. Der er ikke nogen, der sætter spørgsmålstejn, når en mand vader ind i musikbranchen med sin guitar under armen. Det er jo nærmest en sensation, hvis man har en kvindelig guitarist med i sit band."

34) Muhr, 2019: Ledelse af køn.

35) Muhr, 2019: Ledelse af køn.

36) Poulsen, 2021: 'Vilde kvinder, mørke toner – om køn og musik'.

37) Sarlvit, 2020: The Persistent Glass Ceiling in the Danish Music Industry.

Kvinderne oplever, de ikke passer ind i den stereotypetype forestilling om, hvilket køn en producer, en trommeslager eller en gatekeeper har. Det medfører, efter interviewpersonernes opfattelse, er at de i højere grad skal bevise deres værd, og at der lægges mere mærke til det, hvis de eksempelvis begår fejl. De oplever generelt, at de oftere bliver bedømt på deres præstationer, mens mændene bliver bedømt på deres potentiale.

En producer fra talentlaget fortæller: "Det er hårdt først skulle bevise, at jeg kan noget, fordi jeg er kvindelig producer. Den undren og test, jeg bliver udsat for. Der er ingen rum eller plads til 'trial and error'."

Et forbillede fortæller i samme spor, at hun er træt af at møde antagelsen om, at kvindelige producere er dårligere end mandlige, indtil det modsatte er bevist: "Når min veninde fortæller til nye mennesker, at hun er producer, bliver folk SÅ forbavsede. Og de bliver endnu mere overraskede, når de så hører hendes ting og finder ud af, hvor MEGADYGTIG hun er, og at hun har udgivet et album, som hun selv har produceret. Det provokerer mig helt vildt, at man antager, at kvindelige producere er dårligere end mandlige, indtil det modsatte er bevist!"

Mange af respondenterne i undersøgelsen er trætte af at skulle bekæmpe stereotyper og modbevise forventninger om, at deres køn har negativ betydning for deres talent, kunnen eller fysik. De oplever generelt, at i dele af musikbranchen, hvor der stadig er meget få kvinder, får stereotyperne lov til at styre de (ofte ubevidste) forestillinger om mænd og kvinder og deres kompetencer eller mangel på samme. Det slider, påvirker deres trivsel negativt og flytter generelt fokus fra musikken.

På tværs af alle interviews gælder det, at et af de steder, man som kvindelig musiker ofte møder fordomme eller det, der opfattes som nedladende kommentarer, er i interaktion med en lydtekniker. Flere af interviewpersonernes fortællinger illustrerer, at de skal kæmpe hårdt for at blive opfattet som legitime professionelle i den sammenhæng.

De mødes ofte med mistro og stereotype forventninger om, hvad kvinder evner og har kompetencer til. I visse tilfælde bliver de talt ned til eller helt ignoreret. Et forbillede fortæller: "Som kvinde bliver man talt til som et barn. Lydteknikere går ud fra, at man ikke ved, hvad man laver."

Miskreditering

🎵 Det er, som om nogle folk leder efter en grund til, at jeg er blevet ansat, hvor jeg er. Som om det ikke kan være, fordi jeg er dygtig. Jeg havde en specifik oplevelse til Danish Music Award, hvor en mand, jeg aldrig har mødt før, kom hen til mig og ret tydeligt indikerede, at der måtte være en anden særlig årsag til, at jeg var blevet ansat i virksomheden.

– *brancheprofessionel.*

Flere respondenter – både kunstnere, producere og branchepersoner – fortæller om en udbredt tendens til at miskreditere kvinder i musikbranchen. Flere af de brancheprofessionelle interviewpersoner fortæller, at (mandlige) kollegaer typisk leder efter årsager, som ikke har noget med kvindernes faglighed eller erfaring at gøre, til at forklare, hvordan/hvorfor de er havnet i en given stilling. En brancheaktør fortæller: "Jeg har hørt, at folk snakker om, om det 'bare er, fordi jeg er kvinde', at jeg er ansat her. Fordi det ser godt ud på ligestillingskontoen."

En anden brancheaktør i et pladeselskab oplever: "Jeg kan godt mærke, at som kvinde på et label møder man sådan lidt en mistro fra folk udefra. Ikke fra mine kollegaer eller fra vores artister, mere fra

eksterne samarbejdspartnere. Er det nu reelt mig, der laver arbejdet, eller er det X og Y? ³⁸⁾ Er det safe nok at have dialogen med mig, eller er folk mest interesserede, hvis der også er en mand med til møderne? Jeg har snakket ret ærligt med dem om (respondentens kollegaer, red.), at jeg føler, at jeg får spørgsmål og møder skepsis, fordi jeg er kvinde og ansat et sted, hvor der ikke er ret mange kvinder."

Etablerede kunstnere og sangskrivere blandt forbillederne i undersøgelsen beretter i samme stil om en generel antagelse om, at en kvindelig kunstners succes skyldes andre faktorer eller folk omkring hende, frem for kvinden selv. Interviewpersonerne oplever, at det sker ud fra en underforstået præmis om, at kvinder ikke forventes at kunne gøre andet end at synge, mens egentlig kunstnerisk selvstændighed umiddelbart tilskrives mænd.

Et forbillede fortæller: "Jeg har altid kæmpet meget med antagelsen om, at jeg nok ikke selv skriver mine sange – fra journalister og pladeselskabsfolk. De gav mig ikke automatisk credit for det, jeg havde skabt."

En anden etableret kunstner blandt forbillederne fortæller: "Folk har en tendens til at miskreditere mig og min succes. De siger for eksempel: 'Nå, pladeselskabet har nok rigtig trykket på de rigtige knapper, hva'?' – som om jeg ikke selv er den, der har fået tingene til at ske. Som om jeg ikke selv har arbejdet behårdt for det her. Og så oplever jeg også det med, at folk peger på, at dem, jeg skriver mine sange med, er mænd. Så kan de ligesom bedre forlige sig med, at jeg skriver gode sange, fordi jeg jo har nogle mænd til at hjælpe mig ..."

Kvindes bidrag underkendes, mænds bidrag glorificeres

"Jeg har mange gange oplevet at sidde i et rum kun med mænd, hvor der ikke bliver lyttet til min pointe, men når en mand fremfører samme pointe lidt senere, er det verdens bedste idé!" – forbillede.

Flere respondenter i undersøgelsen har oplevet ikke at føle sig hørt i faglige sammenhænge – eller at de først bliver hørt, når en mand har verificeret og valideret deres synspunkt. Forskning viser i sammenhæng stor forskel på den værdi, kvinder og mænds bidrag tillægges i samarbejde. Det har

stor betydning for den kvalitet, som skabes, og for muligheder i deres karriere.³⁹⁾

En brancheperson fra undersøgelsen fortæller: "Jeg føler, jeg skal tage rummet ret bevidst hver dag. Jeg kan godt føle, at det, jeg siger, først bliver validt, når det er en mand, der siger det eller bakker det op."

En anden respondent fra branchen pointerer: "Det er jo ikke, fordi folk aldrig lytter, eller at jeg ikke bliver inviteret med til ting, for det gør jeg. Men man kan ikke komme uden om, at jeg ofte er kommet med en idé, som ikke har fået den store respons, men så går der ti minutter, og så foreslår min mandlige kollega præcis det samme, og så er alle sådan: HELT SIKKERT, MAND. FED IDÉ!"

Flere af interviewpersonerne i undersøgelsen understøtter oplevelsen af, at mange mænd i musikbranchen har en tendens til at tale mest til hinanden – og decideret forbi kvinden/kvinderne i rummet. Fire citater fra respondenter på forskellige niveauer i deres karrierer eksemplificerer dette med deres individuelle oplevelser:

"Jeg kunne godt mærke, at dengang jeg havde to mænd fra mit band med til møder, så gik spørgsmålene altid til dem, også selv om det er mig der er artisten; mig, der havde skrevet og produceret sangene." – forbillede.

"En producerfyur spurgte mig: 'Hvordan har du indspillet dine vokaler, er de rå eller med noget på?' og så sagde han, inden jeg nåede at sige noget: 'Nå nej, det er nok hellere dig, jeg skal spørge om det' og kigger på min manager. Det er MIN stemme, det er MIN musik. Men alligevel henvender han sig til manden i rummet, som om jeg var idiot." – kunstner fra talentlaget.

"Jeg har tit været til møder, hvor to mænd sidder og taler ind over hovedet på mig om, hvad man skal gøre med mit projekt uden at spørge eller tale til mig." – kunstner fra talentlaget.

"Det værste, jeg har oplevet ved at være kvindelig producer, er på en camp, hvor der var en mandlig producer, der decideret tog musen ud af hånden på mig og rykkede rundt på mine tracks – selv om det var mig, der var producer." – producer fra talentlaget.

³⁸⁾ Respondentens mandlige kollegaer, som ikke kan navngives af hensyn til respondentens anonymitet.

³⁹⁾ Kunst og Kultur i Balance, 2020.

03

Sammenligning og konkurrenceintensitet

Et tema, der er gennemgående i de kvalitative interviews, er oplevelsen af, at musikbranchen kun kan rumme én eller få kvinder ad gangen inden for en given musikgenre. Stort set alle kvinderne i interviewundersøgelsen italesætter det som en barriere, at de bliver sammenlignet med hinanden og positioneret som konkurrenter. Denne sammenligning sker fra musikselskabernes side såvel som mediernes, og internaliseres i kvinderne. Det udgør ifølge kvinderne en barriere for deres lyst til at bakke hinanden op og til at samarbejde.

Kun plads til én kvinde på plakaten

"I 2019 spillede jeg til en festival, hvor der var 10 artister på plakaten, og jeg var den eneste kvinde. Det sker virkelig tit, at man er ude at spille, og så går det op for en, at man er den eneste kvindelige artist." – forbillede.

Flere respondenter henviser til en oplevelse af, at hvis der bare er én stor kvindelig kunstner på plakaten, så behøves der ikke flere. Nogle af respondenterne peger ligeledes på, at det virker, som om danske musikselskaber har en slags kvote for, hvor mange kvindelige kunstnere de kan/vil have ad gangen, i særdeleshed inden for samme genrer. Som en rapper fra talentlaget oplever det: "Der kan være 500 Gilli, men kun én Tessa."

Fænomenet om 'den ene kvinde på plakaten' kan perspektiveres til begrebet "tokenisme" og "the token woman" – forestillingen om, at hvis man har én repræsentant fra minoriteten, så har man opfyldt sin forpligtelse. Som begreb dækker tokenisme over en symbolsk, performativ handling udført for at fremstå mangfoldig og progressiv og samtidig aflede beskyldninger om forskelsbehandling. Eksempelvis kan et pladeselskab, en booker eller en bestyrelse invitere en minoriseret person til at indgå i et miljø eller på et koncertprogram udelukkende for at skabe symbolsk balance.⁴⁰⁾

På tværs af de kvalitative interviews peger både repræsentanter for talentlaget, forbillede og brancheprofessionelle respondenter på, at de er blevet mødt med afvisninger som 'Vi har kvinder nok' og/eller forklaringer om, at en given genre eller 'type kunstner' allerede er repræsenteret på eksempelvis rosteren (bookingselskabets portefølje over alle de artister, som selskabet repræsenterer).

En kunstner fra talentlaget fortæller: "Jeg var til et møde for halvandet års tid siden med en branchemand, som jeg respekterer meget. Jeg spillede nogle af mine numre, og han sagde til mig: 'Vi signer ikke flere kvinder lige nu.' Den sætning har spøgt i mit hoved siden. Jeg stod bare dér og nikkede og tænkte: Nå ja, det giver god mening. Der er jo ikke plads til så mange kvinder ad gangen ...

Men jo mere jeg tænkte over det, jo mere langt ude syntes jeg, at det var."

Et forbillede husker: "Da jeg begyndte at skrive sange på dansk, blev jeg altid sammenlignet med Katinka og Marie Key. Og det er, som om vi altid skal sammenlignes og puttes i en boks med de få andre kvinder, der er. Jeg er også blevet afvist af et bookingbureau, fordi de 'allerede havde en anden kvinde, der sang på dansk'."

En brancherespondent fortæller om en tilsvarende oplevelse: "Jeg var til møde hos et stort pladeselskab, hvor jeg præsenterede en (kvindelig) artist, som jeg syntes de skulle signe. Den pågældende A&R afviser, med den begrundelse at de har kvinder nok. Det handlede altså slet ikke om kvaliteten af sangene. Kun om, at hun var kvinde."

"Kvinder" som særskilt kategori

"Branchen er mere interesseret i, at man er kvinde, end hvilken musik man laver. Musik af kvinder er nærmest en genre i sig selv." – kunstner fra talentlaget.

Flere kvinder fortæller, at de oplever det som en barriere at blive placeret i en særskilt 'kvindelig kategori'. Dette kan eksempelvis komme til udtryk ved, at en kunstner får at vide, at hun ikke bør udgive musik på samme dag som en kvindelig kollega. På den måde oplever kvinderne at blive set, hørt og bedømt på baggrund af deres køn i stedet for deres musik.

En etableret kunstner blandt forbillederne fortæller: "Jeg skulle til at udgive og havde lagt mig fast på en dato, da min distributør sagde: 'Vi kan godt udgive den dag, men du skal vide, at den her dag er der allerede fire andre kvinder, der udgiver.' De fire andre kvinders musik var endda helt andre genrer, så der kom jeg lige i 'kvindelig-kategorien' ..."

Ifølge respondenterne indikerer denne tendens en generel forventning om, at kvindelige kunstnere og sangskrivere skriver 'kvindesange'. Omvendt forventes ikke samme repræsentation af eksempelvis mandlige musikere, som et forbillede pointerer: "Mænds musik reduceres jo ikke til 'mandemusik'. Men det gør musik af kvinder, når de skræner os alle over én kam på grund af vores køn."

De af interviewpersonerne, som er yderligere minoriserede på baggrund af hudfarve eller kønsidentitet, oplever, at deres "kategori" har endnu snævrere rammer. De fortæller, at de ikke bare bliver sammenlignet med andre kvinder – men befinder sig i en særlig boks sammen med eksempelvis andre "brune kvinder" eller "queer kunstnere".

En musiker fra talentlaget beretter om en samtale med sit pladeselskab, der mente, hun ikke kunne have afrohår på sine pressebilleder, fordi andre brune kvinder i branchen allerede har det:

Jeg fik at vide af mit pladeselskab, at jeg ikke kunne have afrohår, fordi det havde Nabiha og Iris Gold allerede. De mente altså, at fordi 'mine brune konkurrenter' allerede havde taget det look, kunne jeg ikke gøre det samme. Hvorfor skal jeg konstant sættes i bås og sammenlignes med dem? Vi laver slet ikke den samme musik.

– kunstner fra talentlaget.

Et forbillede med anden minoritetsbaggrund oplever ligeledes, at der ikke er plads til flere 'brune kvinder' ad gangen, på for eksempel den samme festivalplakat: "Jeg har prøvet flere gange at få afslag, fordi de 'allerede havde booket Kwamie Liv'. Vi laver jo slet ikke den samme musik, så den sammenligning eller sidestilling handler helt tydeligt om noget andet."

40) Another Life Community, 2021: 'Repræsentation af minoriteter i den danske musikbranche – på og bag scenen.'

En ny rapport af foreningen Another Life Community sætter fokus på repræsentation, psykisk velbefindende og oplevelsen af diskrimination i den danske musikbranche. Her danner en spørgeskemaundersøgelse med over 1000 deltagende rammerne for spørgsmål som "Har du oplevet diskrimination i forbindelse med dit arbejde i musikbranchen inden for de sidste 12 måneder?"

Undersøgelsen viser blandt andet, at det især er kvinder og seksuelle, etniske og kønsminoriteter, der oplever diskrimination i den danske musikbranche. Således har 43 procent af de adspurgte kvinder og 47 procent af de adspurgte ikke-ciskønnede oplevet diskrimination, mens blot ni procent af de adspurgte mænd har oplevet diskrimination i den danske musikbranche. Endvidere har næsten halvdelen af respondenterne med en minoriseret etnicitet oplevet diskrimination, hvilket er 30,2 procent flere end blandt respondenterne med en majoriseret etnicitet.⁴¹⁾

Konkurrencementalitet

"Der kan sidde én kvinde på tronen ad gangen. Og hvis du vil have den, så skal du vippe hende af. Derfor begynder vi at se hinanden som konkurrenter og helt subtilt – med bittesmå mikroaggressioner – at være lidt sure, når det er andre kvinder, det går godt for, fordi vi føler, at der bliver taget noget fra os, fordi der ikke er ret meget plads" – forbillede.

Oplevelsen af, at branchen kun kan klare et begrænset antal kvinder ad gangen, skaber grobund for en benhård konkurrencementalitet imellem kvinderne. En kunstner fra talentlaget fortæller: "Der er en konkurrenceintensitet kvinder imellem. Jeg kan nogle gange tænke: Okay, der er så få kvinder på festivalplakaterne, så jeg skal vel have spidse albuer for at blive en af dem. Men også generelt tror jeg, at kvinder er ret gode til at sammenligne sig med hinanden."

En kunstner fra talentlaget fortæller om, hvordan en A&R iværksatte en konkurrence imellem hende og to kendte kvindelige kunstnere: "Min A&R skrev sms'er til mig om, at jeg skulle 'ind og vælte X og Y'⁴²⁾ af pinden'. Med ét blev de jo så mine konkurrenter."

41) Another Life Community, 2021: 'Repræsentation af minoriteter i den danske musikbranche – på og bag scenen'.

42) To kendte kvindelige artister, som ikke kan navngives af hensyn til respondentens anonymitet.

Flere respondenter henviser til det, der typisk omtales som queen bee-fænomenet. Et forbillede fortæller eksempelvis, at den usynlige konkurrence imellem kvinderne i musikbranchen gør, at hun har mindre lyst til at bakke op om sine kvindelige kollegaer:

🎵 Det der med, at der ikke er plads til for mange kvinder, det gør, at vi tror, at vi er hinandens konkurrenter. Jeg elsker at dele og bakke op om mine kvindelige kollegaer, men det er, som om det ligger så dybt i mig, at der ikke kan være for mange af os, at jeg ikke bakker de andre nok op, fordi 'hvad nu hvis hun tager min plads'. Alle drømmer jo om at leve af musikken – hvis jeg lukker en anden ind, hvordan bliver mine chancer så?

– forbillede.

Konkurrencemyte og queen bee syndrome Den svenske musikjournalist Annah Björk har beskæftiget sig med det, hun kalder "konkurrencemyten", og perspektiverer fænomenet således i en artikel: "Konkurrencemyten er en subtil, men enormt stærk struktur (...). Det er den gamle såkaldte sandhed om, at der kun kan være én pige i enhver kontekst, og at alle andre piger er potentielle trusler. Det er en kæmpestor myte, der trænger til at blive punkteret."⁴³⁾

Denne pointe kan perspektiveres til begrebet "queen bee syndrome" (på dansk: dronningebi-effekten), som har sin oprindelse inden for psykologisk kønsforskning i begyndelsen af 1970'erne. "Queen bee" henviser til, at en repræsentant for en minoritet, for hvem det er lykkedes at blive en del af en majoritetskultur, holder andre fra sin egen minoritetsgruppe ude. Tre forskere formulerede det i 1974 som begreb for et observeret fænomen, der indikerede, at visse succesfulde kvinder inden for et mandsdomineret felt behandlede underordnede kvinder mere kritisk eller holdt andre kvinder ude eller nede. Fænomenet kan overfladisk set tage sig ud som et usympatisk træk i kvindelig mentalitet, men hollandske forskere, der beskæftiger sig med arbejdspladspsykologi, har argumenteret for, at fænomenet skyldes den sexismen, kvinder har mødt og møder. Er man minoritet på et felt, kan det være medvirkende til, at man mere eller mindre ubevidst forholder sig usolidarisk med andre fra egen gruppe af flere årsager, blandt andet for at beskytte sin egen position. I forbindelse med "queen bee"-fænomenet har forskere således påpeget, at problemet ikke skal løses på det individuelle plan, men ved at forandre de organisationer, der giver anledning til, at problemet opstår.⁴⁴⁾

Kvinder har sjældent musikalske samarbejder med hinanden

"Det er virkelig sjældent, at kvinder hopper med på hinandens numre. Jeg ved fandeme ikke hvorfor, jeg kan jo bare konstatere, at jeg nærmest ikke kan huske, at to danske kvindelige kunstnere nogensinde er gået sammen om et track." – branchekvinde.

43) Poulsen, 2021: 'Kønsdiversitet og fællesskaber for handling'.

44) Danish Musicology Online, 2020.

Det er sjældent, at kvindelige kunstnere har musikalske samarbejder med hinanden, ligesom næsten ingen kvinder optræder som feature på andre kvindelige kunstners sange.

En af branchepersonerne i undersøgelsen peger på forskellen mellem mænd og kvinder i deres kultur med at støtte hinanden. Hun reflekterer over, at kvinder sjældent arbejder sammen og derfor ikke nyder godt af hinandens succes, på samme måde som flere mandlige musikere gør:

🎵 Kvinder skal være bedre til at støtte hinanden og bruge hinanden. Hvis man ser på de største mandlige stjerner i Danmark, så samarbejder de – de 'feeder' på hinandens succes. Ingen af de største kvindelige kunstnere er feature på hinandens musik. Det er mænd hele tiden. Og de vinder på det.

– musikbrancheperson.

En kvindelig rapper fra talentlaget fortæller, at hun flere gange har taget kontakt til kvindelige kunstnere for at foreslå et samarbejde. Hun sidder tilbage med en oplevelse af, at kvinder sjældent har lyst til (eller kan få lov af deres pladeselskab) til at indgå samarbejde med andre kvindelige kunstnere. Mændene, derimod, melder generelt mere positivt tilbage:

"Jeg oplever tit, at kvinder ikke gider samarbejde. Jeg har skrevet til mange kvinder, hvor de bare ikke har svaret. Da jeg skrev til en kvindelig kunstner, gik der to måneder, før jeg hørte fra hende, og svaret var, at hendes pladeselskab ikke syntes, det var fedt, at hun samarbejdede med andre artister lige nu. Jeg skrev også til flere kvindelige upcoming kunstnere. Men svaret var altid nej. Da jeg skrev til en stor, dansk mandlig hiphopkunstner, gik der derimod en uge, så havde jeg ham i studiet. Det var helt vildt fedt. Men så er det også bare nemmere at spørge drengene, hvor der måske ikke er lige så mange spekulationer. De skal ikke forholde sig til spørgsmålet om, hvorvidt jeg er en konkurrent, eller om jeg tager deres plads."

Et forbillede har samme oplevelse af, at den interne konkurrence bliver en hæmsko for kvindelige kunstners lyst til at arbejde sammen: "Det gør jo, at man bliver sådan lidt: Hvis der kun er plads til én kvinde, må jeg jo sørge for, at det er mig. Så i stedet for at lave en collaboration med andre kvindelige kunstnere, så bliver man bange for, at de tager ens plads. Og det bliver svært at tale hinanden op. Jeg har oplevet i min tid i musikbranchen, at der har været et sindssygt giftigt miljø, med hensyn til om man vil bakke op om eller arbejde sammen med andre kvindelige artister."

04

Manglende netværk og fællesskab

Et andet fællestræk, der præger kvindernes fortællinger i undersøgelsen, er oplevelsen af at stå alene og have svært ved at etablere netværk og/eller fællesskaber i musikbranchen. Mange af respondenterne peger på, at de savner fællesskaber – såvel med kvindelige kollegaer i musikbranchen som på tværs af køn. Flere af respondenterne fortæller, at deres forløb og arbejde i musikbranchen har været præget af ensomhed.

Oplevelsen af at stå alene

🎵 Det er, som om vi kvinder sidder på hver vores individuelle ø med hver vores musik og er virkelig dårlige til at lukke hinanden ind eller hjælpe hinanden.

– forbillede.

Undersøgelsen peger på, at kvindernes manglende sammenhold og netværksdannelser kan kædes sammen med den førnævnte konkurrence. Oplevelsen af konkurrence mellem kvindelige kunstnere står i kontrast til den mentalitet, de oplever blandt deres mandlige kolleger.

Flere af interviewpersonerne beskriver, at mandlige musikere har en kultur, hvor de hænger ud i hinandens studier, spiller med på hinandens numre og inviterer hinanden med på scenen, når de spiller koncerter.

En kunstner fra talentlaget fortæller: "Det crew, jeg deler studie med, de holder fælles fester, hygger, er allesammen med på hinandens albums og med på hinandens spillejobs, hvor de går op og griber mikrofonen og rapper et vers. Og skal ikke have noget for det, det er bare hyggeligt. Jeg har ikke det fællesskab med andre kvinder."

Kvinderne er enige om, at adgang til netværk i musikbranchen er vigtigt for at få en fod ind, og for at avancere. Oplevelsen er dog samtidig, at mænd generelt har lettere adgang til både de formelle og de uformelle netværk, som er med til at skubbe dem ind i og opad i musikbranchen. Nogle respondenter påpeger, at det som kvinde kan være svært at blive en del af mændenes 'grupperinger'. En kunstner fra talentlaget siger:



Jeg synes, der er et andet sammenhold blandt mændene branche-wise. Jeg sad og tænkte over det forleden. Vi kvinder samles ikke rigtig. Vi snakker ikke rigtig. Hos mændene er der lidt mere fodbold og sammenkomst. musikbrancheperson

- musikbrancheperson.

"Det virker, som om mænd generelt er gode til at skabe alliancer og lave grupperinger, hvor de hjælper hinanden på kryds og tværs med at producere og skrive på hinandens numre – rokere rundt og anbefale hinanden på en anden måde, end vi kvinder gør. Nogle gange kan jeg godt føle, at jeg bliver udelukket fra nogle af de fællesskaber, fordi jeg er kvinde."

Også kvinderne på branchesiden oplever, at mændene i musikbranchen er bedre til at skabe alliancer og dyrke et sammenhold: "Jeg synes, der er et andet sammenhold blandt mændene branche-wise. Jeg sad og tænkte over det forleden. Vi kvinder samles ikke rigtig. Vi snakker ikke rigtig. Hos mændene er der lidt mere fodbold og sammenkomst."

En anden respondent fra branchekategorien oplever, at mændene i musikbranchen generelt har bedre adgang til netværk; de er bedre til at 'kende hinanden', og det smitter af på, hvem de arbejder sammen med: "Der er jo tendens til, at man trækker på dem, man kender, og mændene er bare gode til at kende hinanden. Jeg har på fornemmelsen, at de også laver business, når de er ude at have det sjovt. Så måske er der nogle møder, jeg ikke bliver inviteret med til, fordi jeg ikke spiller fodbold? Det er jo virkelig stereotyp, men det er bare meget sådan, det er."

Meget forskning peger på, at med hensyn til uformel netværksdannelse vil folk være tilbøjelige til at hjælpe og invitere dem ind, der ligner dem selv. Samme tendens gør sig for eksempel gældende i erhvervslivet, hvor uformelle netværk, skjulte koder og den uformelle socialisering er med til at skabe status quo. De uformelle netværk i musikbranchen, som overvejende er netværk bestående af mænd, gør det vanskeligt at skabe nye rutiner, fællesskaber og systemer, der inkluderer kvinderne, fordi de vante mønstre strukturerer adgang, muligheder og fællesskaber og dermed også barrierer. Den uformelle netværksdannelse har sandsynligvis ikke til hensigt at holde kvinderne ude, men på et strukturelt niveau kommer det til at fungere sådan.⁴⁵⁾

En brancheprofessionel fra undersøgelsen mener, at det er kvinderne, der har noget, de skal lære: "Jeg kan godt lide at se det, som at vi kvinder har noget, vi skal lære – altså noget, som vi faktisk ikke er særlig dygtige til endnu. Vi er ikke særlig gode til at støtte hinanden. Mænd er bare skidegode til

at netværke med hinanden; de er gode til at have det sjovt med hinanden i mandeklubber; de vælger hinanden i ledelser og til nye ansættelser. Det gør kvinder bare ikke på samme måde. Men vi kan jo ikke bare stå og pege fingre ad mændene og være misundelige. Vi må tage ved lære og oppe vores game."

Respondenten er således implicit med til at lægge hele ansvaret for manglende netværksdannelse og samarbejde på den enkelte kvinde og ikke på den kultur eller struktur, der i undersøgelsens optik bærer ansvaret for, at kvinderne ikke i højere grad indgår i uformelle netværk eller bliver rekrutteret.

Netværk versus fællesskab

"Det har været en åbenbaring at komme med i eksempelvis Musikbevægelsen 2019 og andre netværk. Det er gået op for mig, at jeg har spildt rigtig mange år af mit liv på at sætte mig selv op mod andre kvindelige artister. Jeg havde den her sammenlignings-ting med alle. Men da jeg så, at vi kan løfte hinanden i stedet for at bekæmpe hinanden, var det mind-blowing." – forbillede.

Flere kvinder pointerer, at konkurrenceintensiteten gradvis er blevet mindre med årene, og at den altså har været endnu mere markant tidligere. De peger på, at bevægelser som Hej Søster⁴⁶⁾, HUN SOLO⁴⁷⁾ og Musikbevægelsen af 2019⁴⁸⁾ i høj grad har været med til at sætte fællesskab og søstersolidaritet på dagsordenen. En respondent fra talentlaget fortæller, at hun oplever det, som om kvindelige kunstnere nærmest fra den ene dag til den anden har taget en fælles beslutning om at stå sammen:

45) Another Life Community, 2021: 'Repræsentation af minoriteter i den danske musikbranche – på og bag scenen'.

46) I 2018 oprettede sanger og sangskriver Fallulah playlisten Hej Søster på Spotify for at sætte fokus på kvindelige kunstnere. Playlisten har aktuelt i omegnen af 5400 følgere og indeholder musik med danske kvindelige, nonbinære og trans-musikere. Omkring playlisten og en tilhørende Instagram-profil er et feministisk community vokset frem. Hej Søster har sidenhen udvidet med en bred vifte af projekter, herunder koncert-events og podcast.

47) HUN SOLO er et dansk koncertformat og musiknetværk, der har til formål at sætte fokus på kvindelige musikere via koncerter, pladeudgivelser og fællesskabet HUN SOLOCIETY.

48) Musikbevægelsen af 2019 begyndte som en Facebookgruppe for kønsminoriteter i den danske musikbranche, og sidenhen er flere fora kommet til, der alle er for kvinder, ikkebinære og transpersoner, som beskæftiger sig med musik foran, på og bag scenen. Facebookgruppen har aktuelt omkring 2300 medlemmer og er et forum for udveksling af erfaringer, holdninger, gensidig hjælp og gode råd – alt sammen med henblik på at styrke og støtte hinanden, skærpe opmærksomheden på kønsbalancen og arbejde for forandring.

"Det er så vildt at mærke det sammenhold, der er opstået iblandt os kvinder. Nærmest overnigt blev vi enige om, at det ikke hjælper en skid, hvis vi bliver ved med at hate på hinanden og tale hinanden ned. Jeg har for eksempel lige rakt ud til to kvindelige artister. Jeg kender dem ikke, jeg synes bare, de er seje, og vil gerne netværke. Det havde man ikke kunnet før i tiden, der havde vi på en anden måde opfattet hinanden som konkurrenter."

Et forbillede husker: "Jeg har virkelig været konkurrencemindet og er blevet sammenlignet meget med andre kvinder. Jeg godtog ligesom ind på den der retorik, hvor man taler hinanden ned. Så hvis nogen sagde: 'Hende her, hun er godt nok god' om en anden kvindelig artist, så sagde jeg: 'Jeg er bedre' eller 'Hun skriver ikke selv ...'" Jeg så det jo som en trussel, hvis nogle andre kvinder skulle være gode, fordi pladsen er trang. Det er blevet lidt bedre nu, efter at vi er begyndt at snakke sammen (kvinderne i branchen, red)."

Stort set alle respondenter er bevidste om – og nævner på den ene eller den anden måde – at kvinderne i musikbranchen bør stå sammen og er på vej i den retning. Men det er ikke lige let for alle at afmontere konkurrencementaliteten. Flere især musikere og kunstnere fra talentlaget fortæller, at de skammer sig over det – men at de stadigvæk får "konkurrenceagtige vibes", når en kvindelig kunstner har succes. Tre kunstnere fortæller:

"Det er så pinligt, for jeg ser jo mig selv om feminist og woke og alt det der. Men jeg får jo også konkurrenceagtige vibes, når jeg ser andre kvinder i min genre, der klarer sig godt. Bliver instantly misundelig og bange for, at der så ikke er plads til mig." – kunstner fra talentlaget.

"I går snakkede jeg med en af mine rigtig gode veninder, som har været med i samme talentforløb som jeg, og så sagde hun, at hun i en periode 'mutede' (slukkede for notifikationer, red.) min Instagram-profil, fordi hun syntes, at det var hårdt at se på, at det gik godt for mig. Hun sagde ordret: 'Jeg havde det, som om din succes var dårlig for mig.' Det gjorde mig så ked af det, for det viser jo bare, at vi stadigvæk ikke har fået bugt med den der følelse af, at der ikke er plads til flere af os på samme tid." – kunstner fra talentlaget.

🎵 Jeg bliver stadigvæk sammenlignet rigtig meget med andre kvinder. Det gør vi alle sammen. Det gør, at jeg føler mig ekstremt presset i den tid, hvor jeg ikke udgiver musik. Jeg bliver helt stresset og bange for, at der skal komme en ind fra højre og lave noget, der minder om mit musikalske univers, så der ikke er plads til mig længere.

– forbillede.

På den måde forstærker de tre tendenser – dronningbi-effekten, konkurrencementalitet og manglende samarbejde – hinanden i en ond spiral, som kvinderne selv er med til at reproducere. En gruppe respondenter italesætter selv deres ansvar for ikke at reproducere konkurrence – såvel som andre strukturer i musikbranchen. Et forbillede fortæller for eksempel, at hun har tænkt meget over, at hun skulle have været bedre til at sætte en stopper for sin egen reproducerende adfærd: "Jeg skulle have sat foden ned med hensyn til reproducere stereotyper. Jeg skulle have sat foden ned for reproduktionen af konkurrence, når jeg mødte den, i stedet for at gå med på dem. De subtile ting sker for eksempel i interviews, hvor man heller ikke siger stop for at reproducere stereotyper."

5

Sprog og retorik

Tema 5 stiller skarpt på, hvordan kvindelige musikere og kunstnere bliver opfattet og omtalt i medier og i samfundet generelt. En stor del af kvinderne i interviewmaterialet fremhæver det som en barriere, at diskursen og sprogbrugen om kvindelige musikere ofte er sexistisk og/eller seksualiserende. De fortæller om et næsten altoverskyggende fokus på udseende, alder, eventuelt moderskab og i det hele taget på det at være kvinde, frem for præstation eller musikalsk virke. Endvidere peger flere respondenter på især radioværter og anmelderes aktie i at positionere kvinder som konkurrenter.

Sexisme Den Danske Ordbog definerer sexisme som "den anskuelse at et bestemt køn, især mænd, er bedre end et andet, med diskrimination og manglende ligestilling til følge". Sexisme er således en fordom eller diskrimination på baggrund af køn, især i forhold til nedvurdering af kvinder.⁴⁹⁾ Ifølge Everyday Sexism Project kan sexisme komme til udtryk i mange forskellige sammenhænge. Det kan være 'uskyldige' overbevisninger, som at kvinder ikke kan køre bil, at mænd ikke kan multitask, og at det er en kompliment at råbe ad nogen, eller fløjte efter dem på gaden. Det hele udspringer af en 'nedarvet' forståelse af køn, som i sidste ende kan retfærdiggøre forskelsbehandling.⁵⁰⁾

Sexistisk sprogbrug i medierne

"Jeg har lavet så sindssygt mange interviews i hele verden, hvor jeg har talt om spændende ting, og det ender altid med, at der står noget 'tøset fniller'. Så vil journalisterne bare gerne have, at jeg siger noget let eller noget følsomt eller noget om styling. Det er jo en bås at blive sat i. Der får mænd altså noget andet taletid. Jeg har udtalt mig om alt muligt teknisk; hvordan pladen er blevet lavet, eller hvordan vi har produceret den. Men det kommer ikke med." – forbillede.

I interviewundersøgelsen beretter flere interviewpersoner om sexistisk sprogbrug i medierne, og fortæller, at journalister ofte hæfter sig ved kvindernes udseende, hårfarve, tøjstil og/eller vægt og efterfølgende gør disse iagttagelser til en integreret del af eksempelvis artikler. Det kan også være i andre former for omtale eller feedback af en kvindelig musiker, hvor der fokuseres på hendes udseende og eventuelt moderskab, i stedet for hendes præstation eller musikalske virke. En kunstner fra talentlaget husker:

"Jeg var den eneste kvinde, som skulle spille foran en musikanmelder, og bagefter fik de andre (mandlige) kunstnere feedback på deres musik, og jeg fik kun feedback på mit udseende og min appearance."

49) Den Danske Ordbog: Sexisme.
50) Everyday Sexism Project Danmark.

Et forbillede fortæller i samme spor: "Vi får ikke samme kredit, som mænd langt mere pr. automatik får. Når jeg bliver beskrevet, så bliver jeg beskrevet på min udseende og på mig som 'sangerinde', og ikke som sangskriver, ikke som producer."

En anden respondent fra forbillede-kategorien husker en anmelder, som efterspurgte mere 'sødme' fra hende i anmeldelsen af hendes album: "Jeg husker en anmelder, som nævnte i en anmeldelse af en af mine udgivelser, at han sådan savnede noget sødme fra mig. Jeg tænkte meget over, om han også ville have efterlyst sødme fra Peter Sommer eller Nick Cave, når de har lavet nogle lidt gnavne plader?"

I 2020 rettede den danske musiker Lydmor (Jenny Rossander) en skarp kritik af Ekstra Bladets musikanmelder Thomas Treo, der i hendes optik fremmer en sexistisk kultur ved at kalde kvindelige kunstnere for 'dumme blondiner' og 'fæle narrefisser', som anmelderen tidligere har omtalt henholdsvis Madonna og Lana Del Rey. I sit opråb fremlagde hun egne erfaringer med sexistiske strukturer i den danske musikbranche og gav adskillige eksempler på mediernes adfærd over for kvinder i musikverdenen. Lydmor henviste til en anmeldelse af trio'en Velvet Volume, der ifølge Treo "larmer, som det må have lydt, da pigerne sloges om slikskålen i kravlegården".⁵¹⁾ Anmeldelsen af Velvet Volumes nye album handlede ifølge Lydmor hovedsagelig om det faktum, at bandet består af tre kvinder.⁵²⁾

Lydmors kritik af Thomas Treo blev samlet op af flere store medier. Både DR og TV 2 inviterede Lydmor og Ekstra Bladets daværende chefredaktør, Poul Madsen, til at debattere sexisme og anmelderpraksis i store nyhedsprogrammer. I Politikens "Mediekommentar" påpegede Søren Schultz Jørgensen, at den debat, Lydmor havde åbnet, var vigtig af mange årsager. Han skrev blandt andet: "Den viser for det første, at sexismen – ikke bare den subtile og skjulte, men også den eksplicitte, der bevidst går efter at skabe klik og annoncekroner på nettet – stadig trives i dele af den danske mediebranche. Den forsvinder næppe, før de sidste brovtende boomere har forladt redaktionslokalerne. Buhet eller båret ud."⁵³⁾

51) Anmeldelse af Velvet Volume, 2020: 'Amatøragtige: Ulideligt jysk band'.
52) Anmeldelse af Lydmor, 2019: 'Halvnøgen sangerinde med nosser'.
53) Schultz Jørgensen, 2020.

Forstærkning af køn i sproget

"Arrangørerne til min entre på musikscenen præsenterede mig som en 'pigerapper'. Jeg blev ærlig talt megaskuffet over at blive talt ned i en eller anden kønsbås." – kunstner fra talentlaget.

Mange respondenter er trætte af at blive markeret som kvindelige musikere, producere og kunstnere, det vil sige at de betegnes som kvinder før – eller i hvert fald sammen med – deres kompetencer eller virke. De pointerer, at man ikke har samme markerede ord for mandlige musikere, kunstnere eller producere, fordi mænd generelt falder inden for normen og derfor ikke behøver en markør.

"Jeg har udfordringer med at navigere rundt i det pr-mæssige. Det er svært at finde historien, som ikke kun handler om, at jeg er kvinde og musiker. Historierne går altid foran musikken, og kønnet går altid foran i historierne," oplever en etableret sanger og sangskriver blandt forbillederne i undersøgelsen.

En stor del af respondenterne fortæller, at de ikke er særlig interesserede i at tale med journalister om, hvordan det er at være kvinde i musikbranchen. Men de oplever alligevel, at det ofte kun er deres køn, der bliver omdrejningspunktet for et interview eller en samtale, frem for fortællingen om at være professionel musiker på lige fod med mændene. Tre forbilleder fortæller om deres oplevelser med at blive positioneret efter deres køn af medierne:

"Journalisterne skrev hele tiden: 'De er tre kvinder' eller 'tre unge piger', og det var dét, der var fokus. Vi endte med at tro på, at vi kun var fede, fordi vi er kvinder. (...) I en anmeldelse af vores nye album handlede det også hovedsagelig om det faktum, at vi er kvinder. Om hvor få kvindelige bands anmelderen mener der findes, og at ingen af dem er kommet i top-100 over de mest streamede artister."

"I alle de tusindvis af interviews, vi har lavet, er jeg aldrig blevet spurgt ind til, hvordan jeg er som musiker, men altid til køn. Altid. I interviews har det altid været 'Åh, hvor sjovt, du er kvinde, der spiller rock!'"

"Særligt DR skal være bevidste om sproget og arbejde med det; for eksempel sige bandets navn og ikke: 'Her er et kvindeband.' DR har stort ansvar for deres sprog i æteren."



Særligt DR skal være bevidste om sproget og arbejde med det; for eksempel sige bandets navn og ikke: 'Her er et kvindeband.' DR har stort ansvar for deres sprog i æteren.

- kunstner fra talentlaget.

Usynlig eller hypersynlig minoritet

Minoritetspositioner indebærer ofte en ufrivillig vekslen imellem at være usynlig og at være hypersynlig. Både usynlighed og hypersynlighed har en tendens til at fremme det, man kalder objektiv-eringsprocesser. Altså at man løbende tvinges til at reflektere over, tale om og oversætte træk ved sig selv – for eksempel sit køn – for andre.⁵⁵⁾

Miskreditering

"Jeg oplevede, at journalister var meget interesserede i min producer og hvad han havde skrevet eller lavet. Jeg lavede en statistik på et tidspunkt, hvor det viste sig, at 9 ud af 10 journalister spurgte mig, om jeg havde skrevet mine sange selv. Selv om de kunne have forberedt sig og kigget på kreditlisterne, hvor der jo står: tekst og musik af [respondentens navn]. Så lavede jeg en spørgerunde blandt mine mandlige kollegaer for at høre, om de havde oplevet det samme, og det havde de ikke ..." – forbillede.

Flere af kvinderne beretter, at journalister ofte spørger dem om, hvem der har skrevet deres sange. Det sker tilsyneladende ud fra en underforstået præmis om, at kvinder ikke forventes at kunne gøre andet end at synge, mens egentlig kunstnerisk selvstændighed normalt ikke bliver set som noget, kvinder kan være i besiddelse af:

"Jeg oplever, at det er vigtigt for mig at pointere, at jeg skriver selv og spiller selv og har en historie i det hele taget, og det er jo en effekt af, at folk ellers antager det modsatte. Måske det er, fordi vi ikke har fået fortalt historien om den kvindelige sangskriver, der også selv spiller instrumenterne og tager beslutningerne?" siger et forbillede fra undersøgelsen.

Desuden påpeger flere respondenter i særdeleshed DR's rolle i sproget og måden at omtale kvinder på. En kunstner fra talentlaget pointerer: "DR har en vigtig rolle i sproget, og hvordan de formidler musikken. Det er så vigtigt, at de snakker os kvinder op, og ikke træder os ned. Folk lytter til DR, og derfor har DR et kæmpe ansvar for at gå forrest."

Medier forstærker konkurrenceintensitet

Medierne antydede, at vi var i kamp med [kendt band med kvindelige medlemmer], og vi endte med at tro på det, så der opstod fejde mellem os. Hvem var bedst – for vi kunne ikke være der alle sammen.

– forbillede.

En stor del af kvinderne i interviewundersøgelsen peger på, at medierne spiller en rolle i positioneringen af kvinder som konkurrenter. Flere har oplevelser med at blive sat op imod deres kvindelige kollegaer af eksempelvis radioværter eller anmeldere, som kan finde på tale eller skrive om, at der er "beef" (på dansk: "fejde") imellem to kvindelige rappere eller to bands med kvindelige medlemmer etc.

Ifølge respondenterne er dét fokus med til at skabe en idé om, at der kun er plads til én kvinde på den danske musikscene ad gangen. En musikbrancheperson fortæller om en konkret episode, hvor en radiovært opildnede til konkurrence og potentiel konflikt imellem to kvindelige kunstnere:

"Medier og radioværter osv. skal snakke ordentligt om kvinder, og ikke være med til at forstærke stereotyper eller konkurrence. Da Bbybites var med i Karrierekanon, og i den forbindelse blev spillet på P3, var der en lytter der skrev ind, at Bbybites var mega nice og noget med: 'Ind med hende, ud med

Tessa.' Og i stedet for at 'slukke' den dårlige tone, så læste radioværten sms'en højt og hældte mere benzin på bålet ved at snakke om, at der nu var 'beef' mellem Bbybites og Tessa. Og det er jo bare så ødelæggende, at der skal males det der billede af, at der kun er plads til én af dem."

En kunstner fra talentlaget pointerer ligeledes radioværter ansvar for at tale ordentligt om den musik og de kunstnere, de spiller, og undlade at sammenligne kvindelige kunstnere:

DR's musikværter skal ikke sammenligne de kvindelige kunstnere ved for eksempel at sige: 'Åh, du er så den næste JADA.' De skal give kvinderne plads og tale dem op på egne betingelser – ikke i forhold til andre artister.

– kunstner fra talentlaget

Et forbillede fortæller om en anmeldelse for en livekoncert, der indeholdt 'stikpiller' til andre kvindelige kunstnere (som hverken optrådte eller var til stede til den pågældende koncert). Efter hendes udsagn understreger denne anmeldelse tendensen til at forsøge at spille musikbranchens kvinder ud mod hinanden:

"Jeg fik en anmeldelse for en livekoncert af en mandlig anmelder, hvor der var to andre kvindelige kunstnere, kæmpestjerner, som i anmeldelsen af min koncert blev hængt ud for ikke at kunne præcis det, jeg kan. Det på trods af at vores musik og sangskrivning og måde at optræde på ikke kan sammenlignes overhovedet. Det var ene og alene kønnet, vi havde til fælles. Og jeg undrede mig over, hvorfor det var nødvendigt for ham at nedgøre andre kvinder for at understrege, at jeg var god den dag."

Et andet forbillede pointerer: "Bands med kvinder bliver sammenlignet med hinanden konstant. Som om medier ikke kan snakke om det ene band uden at stille det i forhold til det andet. Som om der kun er plads til ét af dem, og at man konstant beder lytteren/læseren om at tage stilling til, hvilket et band de bedst kan lide."

06

Ageism

Alder er noget, hovedparten af interviewpersonerne er optagede af. Uanset egen alder og eget karrieremæssige ståsted. På tværs af undersøgelsen er der en oplevelse af, at musikbranchen helst vil arbejde med helt unge kvinder, og gerne barnløse. Således udtrykker respondenterne generelt en opfattelse af, at de har supertravlt med at debutere, før det er for sent. Ligeledes er der blandt kvinderne en bevidsthed om, at de generelt kan forvente sig en kortere levetid på radioernes playlister, festivalernes plakater og spillestedernes programmer, fordi de med alderen mister salgsværdi.

Ageism

Ageism, også kendt som alderisme eller aldersfascisme, er et begreb, der kan opfattes som en parallel til racisme eller sexism. Betegnelsen udtrykker således en bevidst eller ubevidst diskrimination af mennesker over en bestemt alder. Begrebet ageism er skabt af den amerikanske læge R.N. Butler i 1969.⁵⁴⁾

Det er sandsynligvis ikke kun kvindelige musikere, der er ramt af ageism i musikbranchen i Danmark. Det omfatter også mænd (og andre kønsidentiteter). Dog peger respondenternes erfaringer på, at kvinder er hårdere ramt end mændene, og generelt

har et endnu smallere vindue aldersmæssigt til at gøre karriere. Det er generelt respondenternes oplevelse, at man som kvindelig debuterende kunstner helst skal være så ung som muligt, og at graviditet og børn er 'no go', hvis man vil have en karriere.

Muligheder forsvinder hurtigt

"Mit pladeselskab sagde, som om det var ingenting: Nu skal vi altså til at have noget musik ud, for du er ved at have den alder, hvor radioen ikke længere gider at røre ved dig." – forbillede.

På tværs af undersøgelsen tegner sig et billede af, at branchen helst vil arbejde med helt unge kvinder, og som kvindelig musiker og kunstner skal man ikke have mange år på bagen, før man af branchen opleves som uattraktiv. En kunstner fra talentlaget fortæller, at hun under et møde med nogle brancheaktører fik nævnt, at hun lige var fyldt 28, hvortil den ene udbød: "Så skal vi se at komme i gang!"

En musikbrancheperson, som arbejder med en upcoming kunstner, fortæller, at hun bemærkede en anden og mere stresset tilgang til lanceringen af hendes 24-årige kvindelige artist, end hun hidtil har oplevet med mandlige:

🎵 Det var tydeligt, at pladeselskabet, som vi skulle signe med, var 'in a hurry', fordi hun snart fyldte 25. Og så kigger jeg på et af de bands med mandlige medlemmer, som jeg også har arbejdet med, som nu, i en alder af næsten 40, jagter deres internationale gennembrud. Der kan jeg godt tænke lidt – hmm, ville det være muligt, hvis de var kvinder?

- musikbrancheperson.

Alder opleves også som en udfordring for de etablerede og anerkendte kunstnere i undersøgelsen. Flere af de interviewede forbillede fortæller, at de oplever, at deres muligheder i branchen forsvinder, når de har passeret en vis alder. Et forbillede oplever store vanskeligheder med at få en pladekontrakt, på trods af at hun sælger rigtig mange koncertbilletter. Hun er overbevist om, at det skyldes hendes alder. Hun siger:

"Lige nu er jeg en af de artister i Danmark, der sælger mange billetter, men jeg kan ikke skyde mig frem til en pladekontrakt. Det er jeg helt sikker på har noget med min alder at gøre."

Et andet forbillede italesætter musikbranchens 'smid-ud-kultur' og peger på manglende rum til mere moden musik, som hendes egen. Respondenten er 39 år:

"Jeg er så træt af den der 'smid-ud-kultur'. Når man fylder 33, er man næsten for gammel. Så kan man ikke blive spillet som ungdommen længere. Jeg savner en større plads til moden musik – større credit til os, der har været her i mange år. Hvorfor handler det ikke om, med kvinder, at skabe noget langtidsholdbart?"

Et tredje forbillede fortæller om, hvordan branchen sætter spørgsmålstejn ved, om hun stadigvæk er spændende nok til at være udøvende kunstner. I hendes optik er spørgsmål som disse forbeholdt musikbranchens kvinder, alt imens mændene ikke på samme måde mister spændingsværdi eller respekt med alderen:

"Jeg oplever virkelig, at min alder er en forhindring: 'Er hun nu lige så spændende, når hun har været så længe i branchen' og 'Du er da for gammel til at have en karriere som udøvende kunstner'. Sådan nogle bemærkninger møder jeg tit. Det gælder ikke mændene – de får samme respekt, når de bliver ældre – der bliver lyttet til dem – de kan sågar være sexsymboler." Respondenten er 49 år.

"Der var enormt meget indblanding i, hvordan jeg skulle virke, hvilken alder folk skulle tro jeg havde; hvordan jeg skulle se ud, og hvilke sange jeg skulle skrive. Når branchen ser et kvindeligt talent, så får de fråde om munden, men mest af alt ved tanken om, hvordan de kan forme det." – kunstner fra talentlaget.

Flere af respondenterne peger på musikbranchens evige stræben efter det unge, det nye, det spæde og modellerbare. Flere fortæller, at de fra pladeselskabernes side oplever stor indblanding i deres fremtoning. Et forbillede fortæller for eksempel, at folkene omkring det band, hun tidligere spillede i, forsøgte at få dem til at fremstå yngre, end de var:

"Det var meget tydeligt, at folkene omkring os prøvede at gøre os ekstremt infantile – både i vores lyd og vores billeder. Men vi var jo ikke 19 år gamle, vi var 26. Og det føltes bare megaupassende og forkert, og jeg havde virkelig svært ved at passe ind i det."

54) Den store danske: <https://denstoredanske.lex.dk/alderisme>

Flere respondenter fortæller, at de er blevet opfordret af deres pladeselskab til at lyve sig yngre, end de er, eller at holde deres fødselsår skjult. Et forbillede husker:

“Da jeg fik min første pladekontrakt, blev jeg bedt om at lyve om min alder til journalister af A&R'en på mit pladeselskab. Fandt man ud af, hvor gammel jeg var, ville jeg ikke blive spillet i radioen. Da var jeg 30. Da jeg fortalte dem, at jeg ikke ville lyve om min alder, foreslog han, om jeg så ikke i det mindste kunne lade være med at sige, hvor gammel jeg var.”

I forlængelse heraf oplever et andet forbillede, at musikselskaberne helst ikke vil arbejde med de 'modne og erfarne' musikere:

“Vi kvinder skal være søde og unge. Faktisk kan det være intimiderede, hvis ældre kvinder har lyst til at optræde og udgive. Selskaberne vil hellere tage en ung frisk ind end at præsentere en af de modne og mere erfarne.”

Nyt er lig med ungt

🎵 Er man 28 år, er det nærmest for sent. Mændene må gerne være ældre, når de udgiver og debuterer. Kvinderne skal være unge og 'fresh'.

– kunstner fra talentlaget.

I musikbranchen hersker der, ifølge respondenterne, en tendens til at tænke, at nyt er lig med ungt. En gruppe respondenter oplever, at titler som vækstlags- og upcoming musiker typisk er forbeholdt dem under 35 og nogle gange de endnu yngre. Det kan derfor opleves, som om løbet er kørt, hvis man ikke er debuteret inden en vis alder.

Hvis man slår op i diverse leksika, har ordet vækstlag ikke som sådan noget med alder at gøre. Det betyder originalt: “Personer, der er på vej frem, og som skaber ny udvikling.”⁵⁵⁾ Alligevel hersker en gængs opfattelse af, at musikere med år på bagen ikke kan kvalificere sig som værende en del af vækstlagets musikscene. Et forbillede pointerer:

“Man skal lede meget langt for at finde kvindelige artister over 35, som endnu ikke er 'et navn', på radioernes playlister, på festivalplakater og på listerne over nysignede navne på pladeselskaberne. Hvis ikke jeg var etableret, med den alder, jeg har nu, er jeg ikke sikker på, at jeg nogensinde var blevet det. Der er en udløbsdato for, hvornår du kan bryde igennem. Det er der bare ...”

En musikbrancheprofessionel i undersøgelsen underbygger udfordringen for de kvinder, der måske er kommet i gang eller er klar til at forfølge en karriere i en sen alder. Hun mener, at især medierne har et stort ansvar for at ændre det billede:

“Jeg synes, det kommer meget fra medierne – eller at medierne har et kæmpe ansvar i det. Og derfor tager pladeselskaberne også de forkerte valg. Og jeg kan selv mærke, at jeg ville være farvet af det, hvis en ældre kvinde bankede på min dør. For hun ville være svær at få afsat, det ved man bare. Der er ikke et medielandskab, der har lyst til at fortælle, at hun eksisterer, eller spille hendes musik eller lade hende optræde til DMA. Det eksisterer ikke, så hvordan fanden skal jeg sælge billetter med hende? Det ville være en risikofaktor, som jeg ville kigge på.”

Stress for at nå det

“I al den tid, hvor jeg har arbejdet på min musik, har jeg været enormt stresset. Stresset over, om det var for sent, om jeg nogensinde ville få en chance, om det var spild af tid, at jeg blev ved med at øve mig og skrive sange, når jeg ikke havde haft mit første hit som 17-årig.” – respondent fra talentlaget.

En stor del af respondenterne, både dem med et langt karriereforløb og dem, der er på vej ind i branchen nu, beskriver, at stort set hele deres musikliv og virke har været præget af enorm stress. De har fra en tidlig alder haft oplevelsen af, at det snart ville være for sent.

En kunstner fra talentlaget beskriver, at hun er bekymret over, at hun stadigvæk arbejder på at 'finde frem til sin lyd' og derfor ikke har udgivet særlig meget musik. Hendes oplevelse af, at det snart er for sent, truer med at blive en barriere for hende, fordi hun bruger meget energi på at tvivle på sig selv, og bekymre sig om sin alder, frem for at bruge energi på at finde ud af, hvor hun gerne vil hen. Hun fortæller:

🎵 Jeg er seriøst så presset over, om det snart er for sent. Om jeg hellere skulle finde på noget andet at lave. Jeg er 28 og har ikke fået slået mit navn fast endnu, og det forventes jo bare. Ser du ud i musiklandskabet, er det de færreste kvinder, der rigtig når at bryde igennem, hvis de ikke er hurtigere ude.

– kunstner fra talentlaget.

Således udtrykker flere kvinder, at det udgør en barriere, at de skal være færdige med at udvikle deres potentiale meget tidligt. Et forbillede pointerer i denne sammenhæng:

“I andre brancher, og i livet generelt, udvikler vi os jo livet igennem, og det er sjældent, at det første, man laver, er det bedste.”

Graviditet og børn er “no go”

“Jeg blev først spurgt, om jeg ville være med i et tv-program, og derefter valgt fra af produktionen, fordi jeg lige havde fået et barn. Det gik op for dem, at de havde kvajet sig, og de begyndte at trække i land. Jeg sagde nej tak.” – forbillede.

Familie og børn rimer ifølge interviewpersonerne skidt på en karriere i musikbranchen, i særdeleshed for kvinder. En brancheprofessionel pointerer:

“Masse af mandlige musikere får jo børn, mens de er aktive, uden at det bliver problematiseret. Det er forventningen om, at kvinden er væk i lang tid, ændrer sig, prioriterer anderledes, bliver utilregnelig, whatever tossed ideer, folk nu får, der skaber udfordringerne – ikke børnene i sig selv, for så ville det også gå ud over mændene.”

Blot fordi man ikke har givet sig i kast med familielivet, betyder det ikke, at det ikke er en generel bekymring. De musikere og kunstnere, der endnu ikke har stiftet familie, udtrykker store bekymringer om børn og familieliv. En meget udbredt bekymring vedrører opfattelser fra branchen og offentligheden som denne, der kommer fra et forbillede:

🎵 Jeg er generelt nervøs omkring min karriere som popartist og det at blive gravid en dag. At være popstjerne hænger bare ikke sammen med en gravid mave i det offentlige billede.

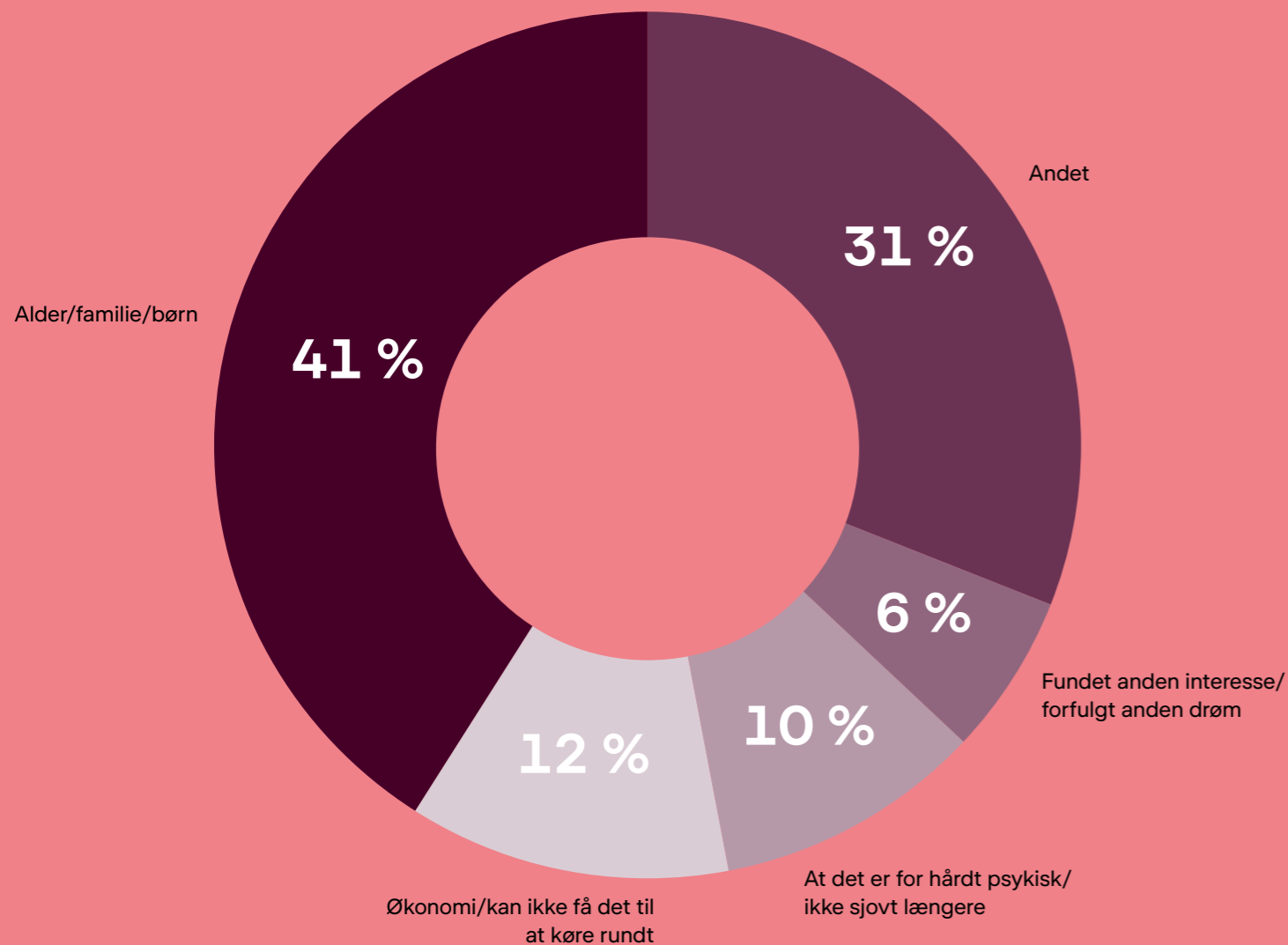
– forbillede.

En respondent fra talentlaget fortæller om en konkret episode, der fik hende til at tvivle på, om det kan lade sig gøre at forene musikliv og familieliv:

“På Spot festival til et seminar var der en kvindelig foredragsholder, som fik sagt noget med at 'børn

55) Den Danske Ordbog: Vækstlag.

Hvis du ikke er aktiv med din musik om 10 år – hvis du har givet op – hvad var så årsagen til, at det skete?



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.

Note til figur: Interviewpersonerne blev bedt om at angive eventuelle årsager til, at de potentielt ville stoppe med musikken. Det var et åbent spørgsmål uden svarkategorier. Svarene grupperede sig i følgende kategorier og fordeling.

jo er no-go i branchen'. Og den har virkelig sat sig. Og så det der med, at hvis du er over 25, så er du ude. Så jeg har været megastresset igennem hele min karriere, og i virkeligheden ret frustreret over, hvordan jeg kan få det hele til at gå op."

Et forbillede fra undersøgelsen underbygger oplevelsen af, at børn er "et no-go i branchen". Hun fortæller om et møde med en manager, hvor børn og alder fyldte særdeles meget i samtalen. Her blev hun og de andre kvinder i bandet spurgt ind til private forhold, eksempelvis hvor længe de havde været sammen med deres kærester:

🎵 Manageren udtrykte stor bekymring for, at vi alle var i den fødedygtige alder. Hvis vi fik børn, mente personen, at alt arbejde ville være spildt, og at det var at løbe en risiko at skrive kontrakt med kvinder i vores alder. Jeg brugte 45 minutter af det møde på at forsikre ham om, at jeg ikke skulle have børn anytime soon. Jeg gik så langt som at sige, at jeg brugte spiral. - forbillede.

En anden bekymring handler om, om det overhovedet kan lade sig gøre at forene børn og familie med musikbranchens arbejdsmiljø og arbejdstider. En kunstner fra talentlaget fortæller:

"Jeg vil gerne have børn. Det fylder meget. Men jeg kan ikke se, hvordan jeg skal klare det med en karriere. Jeg har en frygt for, at det at få børn betyder, at jeg er ligeglad med musik. Jeg har tit hørt, at når man som kvindelig artist får børn, er det slut med karrieren, og hvis man melder ud, at man er gravid, så aflyser spillestederne."

En anden kunstner fra talentlaget fortæller, at hun bekymrer sig om at få børn, og generelt oplever, at mange kvinder i musikbranchen fravælger at få børn. Hun nævner Fallulah og Iris Gold som forbilleder, der minder hende om, at det godt kan lade sig gøre:

"Min største bekymring er, at jeg får børn og så ikke kan få det hele til at løbe rundt. Praktisk kan det nok godt lade sig gøre, det er mere det med, om det kan lade sig gøre økonomisk. Men jeg kan jo se, at der er nogle, der klarer det. Fallulah og Iris Gold for eksempel, de er forbilleder på den konto, men jeg oplever også, at rigtig mange vælger det fra – altså lader være med at få børn."

07

Snævert og unuanceret billede af 'den kvindelige artist'

Tema 7 dykker længere ned i nogle af de snævre og unuancerede stereotyper, som en stor del af respondenterne har italesat og føler sig begrænsede af. Der hersker ifølge interviewpersonerne et stort fokus på de kvindelige artisters og musikeres udseende, krop og sexappeal, et fokus, de ikke mener deres mandlige kollegaer er udsat for i samme grad. De oplever, at de må lave om på sig selv om for at passe ind i en snæver ramme og forestilling om 'den kvindelige artist'.

Ekstremt fokus på krop, seksualitet og brand

"I alt pressemateriale følte jeg, at der var et pres på, at jeg skulle se ud på en særlig måde, og der var ikke nogen, der gik op i, hvilken kunstner jeg var. De var bekymrede for min fremtoning. Jeg tabte mig helt vildt for at passe ind i det billede. Det kunne være rigtig godt, hvis jeg så ud på en bestemt måde, fordi jeg var jo en popstjerne." – forbillede.

Flere kvinder i undersøgelsen beskriver forventninger, der er opstillet af branchen i konstruktionen af en succesfuld kvindelig popmusiker, og det handler langt hen ad vejen om at være ung, smuk og letpåkædet. Kvindelige kunstnere rammesættes, behandles og italesættes på måder, der lever op til en bestemt form for stereotyp. Som en af respondenterne fra talentlaget beskriver det:

🎵 Jeg har det, som om kvinder skal være på en meget bestemt snæver måde – ligesom fotomodeller. Der har været nogle meget stereotype krav om, at man skal være virkelig ung og smuk og helst ikke have så meget tøj på.

- kunstner fra talentlaget.

Mange af interviewpersonerne fortæller i den forbindelse, at de oplever et ekstremt fokus på deres udseende; kroppe, hår, tøj og fremtoning: "Der er mange holdninger til, hvordan man som kvinde skal gå klædt. Jeg kender ingen mænd, der er blevet sendt til visuel coach. Man skal som kvinde have en mere samlet pakke for at slå igennem – inklusive sejt tøj og image," siger en respondent fra talentlaget.

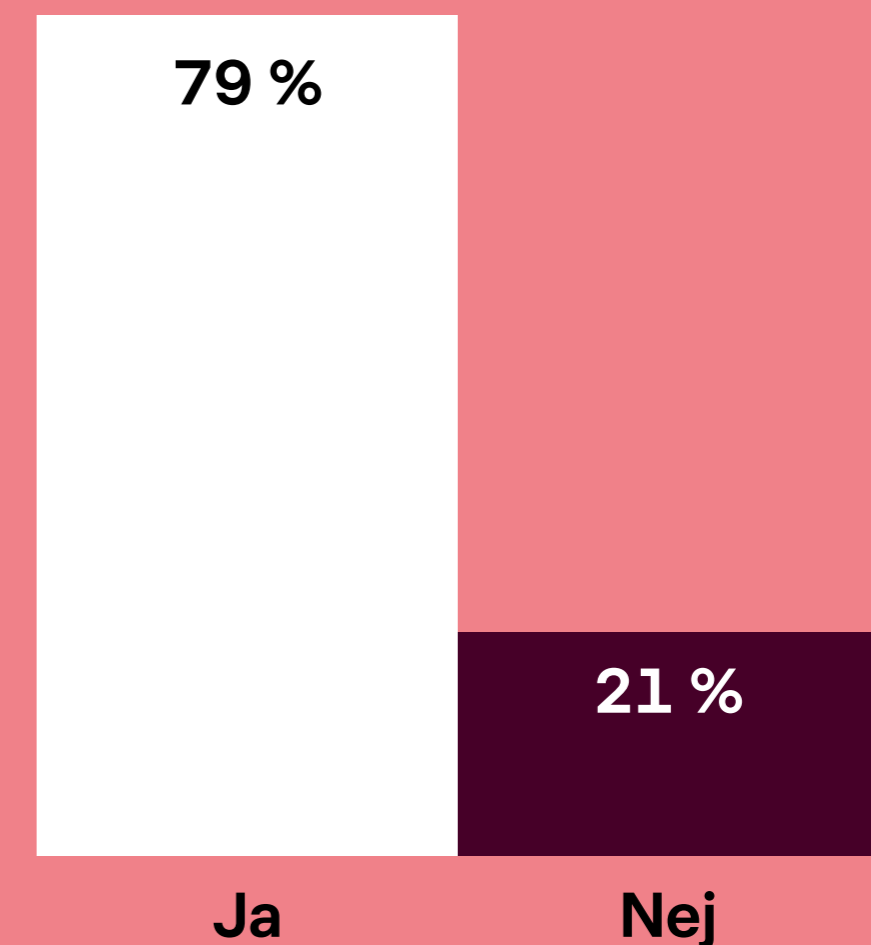
Oplever du, at du laver om på dig selv (har lavet om på dig selv) for at passe ind?

Som uddybning til spørgsmålet om, hvad interviewpersonerne laver om/har lavet om, er de mest fremhævede oplevelser:

Udseende/kropsidealer (tabe sig, farve hår, gå i bestemt tøj)

Opfordret til at fremstå mere feminint og spille på "girlyness"

Opfordret til at lyve om alder



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.

En anden kunstner fra talentlaget husker: "Op til en showcase spurgte folk mig allermest om, hvad jeg skulle have på. Det ved jeg at de ikke spurgte den mandlige kunstner, der også skulle have en showcase til samme show, om."

En ung kunstner fra talentlaget, der skulle debutere, fortæller: "Mit pladeselskab gik meget op i alle mulige andre ting end min musik. Jeg har jo mørkt hår og krøller, og det ville de gerne have at jeg farvede lyst, fordi jeg skulle se skandinavisk ud. Derudover snakkede de meget om, at jeg skulle gå i tøj, som passede til min musik. Jeg havde en periode, hvor jeg totalt konverterede til en anden tøjstil, fordi de bad mig om det."

En anden version af samme oplevelse kommer fra et forbillede, som i et tidligere samarbejde bed mærke i branchens trang til at "blødgøre" hende og hendes band: "Vi blev hevet ind til et møde efter vores første ep, med en A&R fra vores pladeselskab. Vi spillede jo hård rock – og så sendte han os en video med en punkduo fra Norge, der løber rundt i hvide jomfruelige kjoler, og spørger, om vi ikke kan se mere sådan her ud. Han mente, vi blev nødt til at se 'bløde' ud, ud hvis vi skulle slippe afsted med at lave 'hård' musik."

En respondent fra talentlaget fortæller: "Mit pladeselskab vil gerne have, at jeg skal tabe mig. De er meget indirekte omkring det, men nævner for eksempel, at jeg er 'plus size', og at der jo er noget tøj, som ikke klæder min 'kropstype'. De vil også lave om på mit hår. Ultimativt gør det jo, at jeg ikke får lyst til at være mig selv."

En rapper og sangskriver fra talentlaget fortæller, at hun startede med at synes godt om den hjælp, hun fik til at udvikle sit image, men til sidst kunne hun ikke genkende sig selv i det:

"Altså mit kunstnernavn, det er jo ikke noget, jeg selv har opfundet. Det var noget, som en fra mit pladeselskab fandt på. Det var en kvinde, som er 'image-udvikler' og branding person. Og hun er pissetygtig. I starten elskede jeg vores sessions. Men det er jo bare vigtigt, at man bliver lavet til en person, som man kan se sig selv i. Jeg skulle være meget drenget, og hun overtalte mig til at klippe mit lange hår – jeg skulle have noget helt kort skarpt Banks hår. Og det var da sejt nok, men jeg havde det bare virkelig ikke godt i det. Det var slet ikke mig."

I tråd med det lyder flere argumenter, at stærke narrativer spiller en stor rolle for iscenesættelsen af 'den kvindelige artist', hvilket forstærker oplevelsen af, at man som kvindelig kunstner skal bringe meget mere end 'blot' god musik til bordet. En kunstner fra talentlaget oplever: "Man bliver tit placeret i 'hvem har den bedste clickbait-historie' – det er, som om man som kvinde skal fremvise sit værste traume for at være interessant som kvindelig kunstner."

Begrænsede udfoldelsesmuligheder for 'den kvindelige artist'

🎵 Mit pladeselskab havde en forventning til den rolle, jeg skulle spille – jeg skulle være kæk og sexet – en 'rigtig popstjerne'. Det var virkelig ubehageligt at stå foran en A&R og have meget på hjerte, men så opleve, at den måde, han opfattede mig på, den var så stereotyp. Jeg følte mig virkelig misforstået. Og blev flov over, at den rolle, de så mig i, ikke var den, jeg kunne tilbyde.

– kunstner fra talentlaget.

Mange respondenter på tværs af forbillede og talentlag beskriver, at de oplever at have færre muligheder for at udtrykke sig selv end mænd, og ofte bliver sat i en bås, der begrænser deres udfoldelsesmuligheder. Et forbillede fortæller:

"Mænd har flere kasser at være i; mandlige kunstnere må have mange flere facetter. Men en kvinde skal være en pop-performer, ekstrovert. Hvis mænd tager dagligdagstøj på, på scenen, bliver det ikke kommenteret. Men hvis en kvinde gør det, så er hun uengageret og leverer ikke varen."

En anden variant af samme argument lyder fra et andet forbillede: "Kvinder, som bliver betragtet med kommercielle øjne, skal levere pophits på en anden måde end mænd. Mænd får generelt lov til at være mere eksperimenterende. Der er ikke helt den samme forudbestemte kasse, de skal passe ned i." En anden respondent blandt forbillederne fortæller, hvordan hun oplever at føle sig begrænset til at være enten 'sexet' eller 'sårbar':

"Da jeg var signet på label, fik jeg ofte at vide, at jeg skulle 'vise noget mere sårbarhed' ... 'Hvis du bare ser sårbar ud på dine billeder, så kan du bedre slippe afsted med hårdslående tekster,' fik jeg at vide. Og der fik jeg det bare sådan: Det dér 'sårbarhed', det er fucking det, som I siger til de kvinder, der ikke gider smide tøjet. Os, der ikke gider køre på sex, vi skal så være fuldstændig ufarlige. Vi må ikke have nogen som helst visuel magt. Hvis vi skal slippe afsted med at have magt i sproget, skal vi i hvert fald se tilforladelige ud."

Et forbillede sætter ord på, hvordan hun langt ind i sin karriere troede, hun var for kedelig, hvis hun bare var sig selv. Nu er hun begyndt at træde ud af de traditionelle rammer og bryde med arketyper om 'den kvindelige artist':

"Da jeg var yngre, tænkte jeg, at jeg skulle være meget mere interessant, hvis jeg skulle være popstjerne. Jeg gjorde mig meget mere feminin ... fordi min eneste reference jo var dem, der var forud for mig. Så jeg tænkte bare: 'Jeg er alt for kedelig, hvis jeg bare er mig selv.' Nu tænker jeg i stedet: 'Nu er det mig, der bestemmer, hvordan en popstjerne ser ud!' Og det har jo vist sig at være frugtbart, fordi der er så mange, der skriver til mig, at det er megafedt og inspirerende at se en popstjerne i T-shirt og jeans. Og det er jo, fordi vi ikke er vant til at se det. Vi er vant til at se mænd sådan, men ikke kvinder ... Det kan være, jeg får mere bøvl med at køre min stil, hvis jeg skal ud over stepperne og

forsøge at komme igennem til det amerikanske marked. Men så må jeg bare tage den kamp en gang til."

Flere af respondenterne peger på, at nye rollemodeller som Tessa og Jada har formået at træde uden for de traditionelle rammer og bryde med arketyper om 'den kvindelige artist'. Det opleves generelt positivt og inspirerende og som et udtryk for, at der er blevet rum for flere versioner af 'den kvindelige artist'. Det er dog værd at bemærke, at ikke alle ser denne udvikling som lutter fremgang. En respondent fra talentlaget pointerer:

"Det er en god ting, at Tessa er kommet frem. Det giver alle os andre piger mere blod på tanden og viser, at det kan lade sig gøre. Men! Så alligevel ikke, for nu er det, som om alle leder efter den næste Tessa. Hvad så hvis man laver noget rap, som ikke ligner Tessa? Det er ikke før, vi får en bredere variation af kvinder – altså flere store artister end Tessa – at vi kommer til at mærke en ændring."

Flere kvinder pointerer mediers – og i særdeleshed DR's – ansvar for at fremvise flere diverse kvindelige kunstnere. En producer fra talentlaget fortæller: "Gatekeepere som DR har et ansvar og en plads i medierne, som gør, at de kan skabe noget eksponering. Jeg synes bare, de skal bruge deres ansvar og gøre sig lidt mere umage. Ikke være så ensidige i den musik, de præsenterer."

Et forbillede stemmer i med et tilsvarende argument om DR's ansvar for at formidle et bredt (og dansk) musikudbud. Hun pointerer: "I min optik har DR et stort ansvar for at vise en bedre repræsentation af, hvordan kvindelige artister kan lyde og se ud. Det ansvar løfter de nogle gange – andre gange bliver det desværre ikke helt fulgt til dørs."

08

Sexchikane og grænseoverskridende adfærd

Hovedparten af de adspurgte kvinder i undersøgelsen har haft oplevelser, der omfatter alt fra seksuelle eller grænseoverskridende kommentarer og handlinger, til deciderede overgreb. Flere vidnesbyrd og oplevelser tegner et billede af en seksualiseret branche med fysisk og verbal chikane og grænseoverskridende adfærd, og hvor de, der overværer det, ikke reagerer. Mange af dem, det går ud over, tør – ifølge respondenterne – ikke sige det højt til nogen, fordi de er bange for, at det skader deres (potentielle) karriere.

I 2020 blev det tydeligt, at også den danske musikbranche har et problem med sexismen. Det startede med Sofie Lindes tale ved Zulu Comedy Awards i august 2020, hvor hun blandt andet fortalte sin personlige historie om som 18-årig at blive antastet og truet af en "stor tv-kanon". Lindes offentlige opråb afstedkom en strøm af solidaritetserklæringer og vidnesbyrd fra kvinder i og uden for mediebranchen – herunder 97 kvindelige musikere, som stod samlet frem med egne beretninger om sexistisk behandling og overgreb i en omfattende artikel i Politiken.⁵⁶⁾

Annika Aakjær var blandt hovedfigurerne, da sexismen i musikbranchen blev sat på dagsordenen. I en GAFFA-kommentarartikel med overskriften "Nu skal musikbranchen også til at lytte" fremlagde hun egne erfaringer med sexistiske strukturer i den danske musikbranche og gav adskillige eksempler på diskriminerende adfærd over for kvinder i musikverdenen. Aakjær berettede om sexistiske udtalelser, hun havde været vidne til på pladeselskaber, og om en oplevelse med en større dansk producer, der direkte havde fortalt hende, at pladeselskaber prioriterer forskelligt alt efter kunstneres køn, både hvad angår økonomi og graden af langsigtet karriereplanlægning.⁵⁷⁾ Som del af flere opfølgende artikler i GAFFA vendte en mandlig booker blikket mod egen fortid: "Jeg har svigtet en kvindelig artist. Det må ikke ske igen," fastslog Malte Birkelund, mangeårig booker, blandt andet hos det store bureau PDH Music. Hans artikel belyste egne tidligere blinde vinkler og fortalte heriblandt om, hvordan han havde deltaget i negativ kønsbaseret behandling af Fallulah, som han var booker for. "Vi var altid en flok mænd, som kunne blive enige om, hvorvidt hun var besværlig, sur eller for sart – bag hendes ryg," skrev han.⁵⁸⁾

56) Politiken, 2020: 'Nu siger de fra! Kvinder i dansk musik skal være unge og 'fuckable', og der må ikke være for mange af dem'.
57) Poulsen, 2020, DMO: Kønsdiversitet og fællesskaber for handling.
58) GAFFA, 2020, Kommentar: 'Jeg har svigtet en kvindelig artist'.

Fysisk og verbal seksuel chikane og grænseoverskridende adfærd

"Jeg var vidne til, at min chef inviterede kvindelige sangere til møder, og inden de kom, gjorde han det fuldstændig klart over for os andre, at dem ville han aldrig arbejde med, for han syntes ikke, at de var gode, han syntes bare, at de var lækre, og ville gerne tjekke dem ud." – brancheprofessionel.

Når der spørges ind til respondenternes 'væreste oplevelser' i musikbranchen, vidner deres udsagn om et væsentligt omfang af verbale og fysiske krænkelse i relation til deres køn. Krænkelser, som ifølge loven om ligebehandling defineres som sexchikane. Det vil sige uønskede berøringer eller kommentarer med seksuelle undertoner, der er krænkende og skaber et truende, fjendtligt, nedværdigende, ydmygende eller ubehageligt klima.

Seksuel chikane

Begrebet seksuel chikane anvendes på linje med definitionen i ligebehandlingsloven, hvor sexchikane og chikane på baggrund af køn defineres som forskelsbehandling.⁵⁹⁾

Der er tale om seksuel chikane, når: [...] der udvises enhver form for uønsket verbal, ikkeverbal eller fysisk adfærd med seksuelle undertoner med det formål eller den virkning at krænke en persons værdighed, navnlig ved at skabe et truende, fjendtligt, nedværdigende, ydmygende eller ubehageligt klima. [...] Krænkende handlinger af seksuel karakter er al form for uønsket seksuel opmærksomhed og kan for eksempel være: uønskede berøringer, uønskede verbale opfordringer til seksuelt samkvem, sjofle vittigheder og kommentarer, uvedkommende forespørgsler om seksuelle emner eller visning af pornografisk materiale.⁶⁰⁾

En stor del af respondenterne italesætter, at der er en særlig kultur og jargon i musikbranchen, som beskrives af flere som "maskulin". Skildringer om musikbranchen som en "boy's club", et "mandeomklædningsrum" eller en "drengerøvskultur" går igen i de fleste interviews, og anvendes af respondenterne til at betegne denne særlige kultur, som i nogle tilfælde kan forekomme ubehagelig og/eller ekskluderende.

59) Retsinformation, 2021.
60) Arbejdstilsynet, 2021.

Eksemplerne på jargonen kan være, at en kollega kommer med upassende kommentarer om vedkommendes krop og påklædning, nærgående spørgsmål til vedkommendes sexliv, uønskede fortællinger om eget sexliv eller rating af kvindelige kollegers seksuelle appeal. Nedenfor fire eksempler fra de kvalitative interviews:

En kunstner fra talentlaget fortæller:

Min første oplevelse (i musikbranchen, red.) var med en mandlig musiker, der fungerede som en slags mentor for mig. Det var meget grænseoverskridende. Han snakkede meget om de kvinder fra udlandet, som han datede. Og fortalte mig, at kvinderne havde tilbudt ham sex for at samarbejde. Han kommenterede også altid mit tøj, hvis vi skulle til et møde.

- kunstner fra talentlaget.

En musikbrancheperson fra undersøgelsen fortæller: "Da jeg arbejdede på et musikselskab, kunne drengene sagtens sidde og snakke om, hvem de havde været sammen med (seksuelt, red.), men jeg

fik at vide min chef, at jeg ikke kunne tillade mig de samme ting som for eksempel en mandlig kollega, fordi det ville ødelægge mit ry. Han sagde direkte til mig, at han havde ret til at blande sig i mit privatliv, fordi jeg er pige. Det fuckede ret meget med mig og gjorde, at jeg slet ikke var sammen med nogen i to år, bare af frygt for at det ville gå ud over mit ry."

En musikbrancheperson fra undersøgelsen fortæller: "Jeg var den eneste kvinde til et større møde. En branchetype som deltog i mødet, sagde ud i rummet, at han kunne se, at jeg kneppede nogle for tiden, og ville vide, hvem det var. Den objektivisering og kønsliggørelse af mig som kvinde degraderede mig i øjeblikket. Det ville man aldrig have sagt i en professionel situation til en mand. Jeg var hård og sagde til ham: 'Det kommer du aldrig til at vide' – og fortsatte mødet uden at lade mig mærke. Alle hørte det, men ingen reagerede. Jeg ville ønske, nogen havde sagt: 'Det der er simpelthen ikke i orden – smut!'"

Et forbillede fortæller: "En dansk booker skrev til mig efter en koncert på en branchefestival, at jeg havde flotte bryster. Det er første gang, jeg har følt mig nøgen på scenen på den dårlige måde."

I den nye rapport fra foreningen Another Life Community viser tal, at der er mere end fire gange så mange kvinder som mænd i musikbranchen, som oplever diskrimination i forbindelse med deres køn. Sociolog og forfatter Aydin Soei kommenterer i rapporten denne tendens:

"Denne meget store overrepræsentation (af kvinder, der oplever diskrimination, red.) viser, at der i musikbranchen er et markant problem med negativ forskelsbehandling på baggrund af køn, og der må derfor være tale om en kultur, som er maskulint giftig; en kultur, hvor kvinder og kønsminoriserede holdes udenfor. (...) Disse tal peger implicit på, at der er et hierarki i musikbranchen. Det hierarki eksisterer også i det øvrige samfund, men på nogle punkter er det langt mere udtalt i musikbranchen. Der eksisterer et ophøjet billede af den hvide, mandlige musiker som værende i toppen af hierarkiet, hvor kvindelige og kønsminoriserede musikere befinder sig i en kultur, et hierarki eller blandt nogle koder, der synes ekskluderende." ⁶¹⁾

Endvidere fortæller en række respondenter, at kvinders udseende og seksuelle tiltrækningskraft bliver omtalt meget eksplicit. En respondent fra undersøgelsen fortæller om en oplevelse, hvor mandlige kolleger stod i en gruppe og betragtede, kommenterede og vurderede kvindelige kollegers seksuelle værdi og kroppe gennem nedladende kommentarer og upassende jokes:

"På en festival stod jeg i en større gruppe af mennesker, da en mandlig brancheperson krammede en kvindelig kunstner, der kom forbi. Bagefter – da hun var gået – sagde han – sådan lidt skævt ud af mundvigen: Nogle mennesker skal ikke have shorts på. Underforstået hun havde appelsinhud. Han delte det med hele gruppen af mennesker, der stod der."

En anden brancheperson fra undersøgelsen fortæller i samme spor: "Jeg har ofte hørt omtale af bryster, og praktikanter og underordnede medarbejderes bryster sammenlignet. Hundredvis af episoder kan jeg nævne. Det seksualiserer kvinderne, når der tales ned om mindre fordelagtige kroppe. Der er også i branchen stadig en underliggende holdning til, at man som kvinde ikke kan få en stilling, uden at man har knaldet sig til den."

Mistanken om at kvinder, der arbejder i musikbranchen, ikke kan have et godt job uden at have haft sex for at opnå det, går igen i interviewundersøgelsen. Et eksempel fra en brancheprofessionel lyder:

"Jeg har også fundet ud af, at der var mange, der havde en antagelse om, at grunden til, at jeg blev ansat i musikselskabet, var, at direktøren syntes, jeg var interessant på en ikke-professionel måde. Det blev ligesom et rygte, der gik, at det måtte være derfor, for ellers ville det ikke give mening."

I interviewmaterialet er også enkelte fortællinger om overgreb. En respondent fortæller for eksempel om en ung kvindelig kunstner, hun kender, som åbnede sig for respondenterne og fortalte om oplevelsen:

"En ung kvindelig kunstner kontaktede mig for nylig. Hun havde været udsat for et overgreb fra en mand fra musikbranchen. Hun var bange for at komme ud med det, fordi hun er bange for, at mændene, der



En lydmand stod lige pludselig og gramsede helt vildt på en kvinde fra mit crew, og en eller anden hotshot LA-manager prøvede at kysse en anden kvindelig artist.

- forbillede.

61) Another Life Community, 2021: 'Repræsentation af minoriteter i den danske musikbranche – på og bag scenen'.

sidder på magten i musikbranchen, ville stemple hende, og at det ville ødelægge hendes karriere.”

Et forbillede fortæller om en branchefest, der var præget af grænseoverskridende og krænkende adfærd: ”En lydmand stod lige pludselig og gramsede helt vildt på en kvinde fra mit crew, og en eller anden hotshot LA-manager prøvede at kysse en anden kvindelig artist.”

En kunstner fra talentlaget fortæller om en episode med en lydtekniker, der opførte sig grænseoverskridende og seksualiserede hende foran flere mænd i en tour-bus: ”Da jeg var helt ny på en tour, skulle jeg sidde i en bil sammen med en håndfuld mænd. Der var en person, der var med i crewet, der blev ved med at være meget seksuel og vende sig om fra forsædet for at spørge, om ’drengene pillede ved mig’, og ’hvorfors jeg ikke kom op og sad ved siden af ham’ ...”

En brancheprofessionel fra undersøgelsen fortæller om en overordnet, der misbrugte sin magtposition til at gøre tilnærmelser til sine kvindelige ansatte:

”Han kom blandt andet hen til mig, lugtede mig i øret og hviskede, at han kunne lugte, jeg havde menstruation. Jeg ved, at han også har udsat andre kvinder for den slags tilnærmelser.”

Ifølge de to forskere Anette Borchorst og Lise Rolandsen Agustín viser internationale undersøgelser, at kvinder på arbejdspladser og brancher med en overrepræsentation af mænd generelt er mere udsat for seksuel chikane end andre.⁶²⁾ Forklaringerne skal ifølge flere forfatterne søges i de dominerende kønsnormer på arbejdspladsen. På en mandsdomineret arbejdsplads med maskuline normer vil en kvinde stikke mere ud og dermed blive mere sårbar over for chikane.

Kombinationen af kvindernes mindretal på arbejdspladserne og i musikbranchen generelt og de stærke kønsstereotyper og hierarkier skaber flere steder et miljø, der som udgangspunkt ikke inkluderer kvinder, og som medvirker til, at det i praksis og i hverdagen kan være ubehageligt for kvinder og andre minoriteter at være til stede i miljøet.

Manglende rum til at sætte grænser

”Jeg ville ønske, at det føltes mere okay at sige fra og sætte en grænse. Men det ville være at skyde mig selv i foden. Det kan godt føles, som om man i forvejen er ’med på et afbud’ som kvinde, så hvis man tilmed begynder at stille krav til, hvordan de (mændene, red.) skal opføre sig eller tale om folk, kvindelige artister for eksempel, så er man hurtigt ude igen.” – brancheperson fra undersøgelsen.

Flere respondenter peger på, at der sjældent bliver taget affære over for den grænseoverskridende adfærd, man især som kvinde eller anden kønsminoritet i branchen kan opleve. Hverken ’vidner’ til en konkret oplevelse eller ledelser rundt omkring i virksomhederne bryder ind eller tager afstand. Et forbillede fortæller:

”Jeg stod engang og havde en samtale med en dansk musiker og en samarbejdspartner, og pludselig siger han (musikeren, red.) bare: ”Hold kæft nogle dejlige patter, du har.” Og min samarbejdspartner siger ikke noget – der bliver ligesom ikke taget ansvar for noget eller grebet ind. De sexistiske ting, jeg har set ske, det er helt gratis for dem, der gør det. Der er absolut ingen, der bryder ind.”

Flere forklarer, at de lægger låg på sig selv og kun sjældent reagerer på kommentarer, de normalt ville finde ubehagelige eller problematiske. Det er ’lettere bare at grine med’, som en stor del af respondenterne pointerer. De oplever, at stemningen i musikbranchen har været – og på mange måde stadigvæk er – at man skal kunne ’klare mosten’.

”Det rigtig store problemer ligger i, at der ikke bliver taget affære, hvis man gør opmærksom på grænseoverskridende adfærd. Jeg har oplevet grænseoverskridende berøringer fra en repræsentant fra musikbranchen og gjort opmærksom på det flere gange, uden at nogen reagerede. I en konkret situation blev personen bedt om at undskylde, men det fik ikke andre konsekvenser.”



Mandsdomineret branche og maskuline normer

Flere af respondenterne i undersøgelsen giver udtryk for, at kulturen i musikbranchen stiller nogle særlige krav til kvinder, som må tillære sig nogle koder og såkaldte coping-strategier, for at kunne gebærde sig på arbejdet og i musikbranchen generelt. En stor del af kvinderne i interviewundersøgelsen fortæller, at de tilpasser sig de såkaldte maskuline normer, og at de vænner sig til eller viderefører normerne og den ofte hårde omgangsform, selv om de egentlig ikke bryder sig om det. De føler, det er nødvendigt, for at blive accepteret og for ikke at fremstå som besværlige.

Copingstrategier er udtryk for risikovurderinger. Når der er risici knyttet til at sige fra, at skille sig ud osv., vurderer man sine positioneringsmuligheder og finder måder at være til stede på i miljøet. Nogle gange anvendes én strategi, andre gange flere i kombination.⁶³⁾ Eksempler på copingstrategier:⁶⁴⁾

– Man griner med på jokes og jargon, der for eksempel objektiviserer kvinder. På den måde deltager man i grænsedragningen, der definerer fællesskabet som maskulint, men uden helt at kunne indgå på lige fod med andre i det.

– Man vænner sig til sexistiske kommentarer og får en høj tærskel for, hvad man finder sig i af kommentarer.

– Man forsøger at aflede opmærksomheden fra sit køns opfattede mangler ved altid at yde 120 procent, forsøge at være sin faglighed og have arbejdsmoral over gennemsnittet. Det er opslidende og kan for nogle være svært at fortsætte med.

– Man gør sig så maskulin som muligt og toner sine feminine sider ned for på den måde at bevise, at man passer ind i ’herreomklædningsrummet’.

– Man gør sig så lille og så lidt bemærket som muligt. Er ydmyg og udglattende, bevarer den gode stemning samt undlader at sige fra.

62) Borchorst & Agustín, 2017: ’Seksuel chikane på arbejdspladsen: Faglige, politiske og retlige spor’.

63) Prosa, 2020: ’Knæk tonen – og koden for at få flere kvinder i it-faget’.
64) FBSA, 2021: ’Vejen til større kønsdiversitet i byggebranchen’.

Diva, Dukke eller Djævel

Der ligger generelt en undertone i de situationer af, at man ikke skal gøre sig for besværlig, for der er mange, der gerne vil have dit job. Musikbranchen er elitær og incestuøs. Jeg har derfor følt, at jeg ikke skulle gøre mig sårbar eller upopulær, og har accepteret nogle ting, der var ekstremt grænseoverskridende.

– musikbrancheperson.

Hovedparten af respondenterne i undersøgelsen kommer ind på, at de frygter for at gøre sig besværlige, sårbare eller upopulære, hvis de siger fra, hvis/når deres grænse overskrides. En respondent fra en af musikbranchens virksomheder fortæller, at hun er bange for, hvad mændene i branchen kan finde på at sige om hende bag hendes ryg. Hun har hverken lyst til at blive opfattet som en "diva" eller en "dukke":

"Jeg er bange for at blive kaldt diva, hvis jeg sætter grænser, og hvis jeg ikke sætter grænser at blive opfattet som en dukke. Jeg har hørt, hvordan kvinder bliver omtalt af mændene i branchen: En ung kunstner blev kaldt en dukke, der blev ført rundt, og nogle af branchens etablerede kvinder blev kaldt megasindssyge fordi de tager styringen."

En anden fortæller om en tidligere arbejdsplads, hvor hun af sin mandlige kollega blev stemplet som hysterisk eller tusefornærmet foran resten af kontoret, fordi hun insisterede på en bedre tone. En tendens fra undersøgelsen er således, at hvis man siger fra over for en 'frisk' joke om køn eller en hård tone, risikerer man at blive latterliggjort eller opfattet som en lyslukker:

"Hver gang jeg satte foden ned og sagde 'come on', så grinede han bare hånligt og sagde, at jeg var tuset, hysterisk, svag eller tusefornærmet. Foran andre voksne mennesker. Det var så ubehageligt, jeg har aldrig prøvet noget lignende."

Hård hud og panserglas

Særligt undersøgelsens branchepersoner, som arbejder i eller har erfaringer fra musikbranchens virksomheder, fortæller, at de "gør sig hårde", udvikler "hård hud", og at de lærer at "give igen" over for den hårde tone. Nogle overtager jargonen i miljøet:

"Jeg har også gjort mig selv mere mandschauvinistisk, på bekostning af kvinder, for at passe ind i jargonen. Det var meget noget, jeg gjorde tidligere, fordi jeg troede, det var sjovt, og fordi det gjorde det nemmere at være en del af teamet. Jeg ville gerne være 'one of the boys,'" fortæller en brancheperson fra undersøgelsen.

De brancheprofessionelle kvinder betoner, at visse værdier og personlighedstræk, der traditionelt betragtes som kvindelige, må pakkes væk i arbejdsregi. Disse kvinder føler ikke, at de kan tillade sig at fremstå for stereotyp feminint:

"Man er nødt til at tillægge sig nogle maskuline værdier – for at overleve og for at kunne samarbejde med så mange mænd. Man er nødt til at være mere som en mand. Man er en kvinde, der skal ind at spille på et herrelandshold."

En brancheperson fra undersøgelsen fortæller i overensstemmelse hermed, at hun forsøger ikke at vise for meget femininitet, da hun er nervøs for, om hun så vil blive taget mindre seriøst. Derfor tænker hun over ikke at virke for følelsesladet i sin kommunikation: "Jeg tænker meget over mine ordvalg og over ikke at syne eller virke for følelsesladet til møder."

En musikbrancheperson fortæller, at man skal have nogle helt bestemte egenskaber for at 'overleve' i branchen: "Jeg ville have langt større udfordringer i musikbranchen, hvis ikke jeg var en, der kunne finde ud af at råbe højt, skælde ud og sige fra. Hvis ikke jeg havde haft de egenskaber, ville jeg ikke have overlevet i branchen. Jeg har altid haft de egenskaber i mig, men jeg har været nødt til at skrue op for dem (...)"

Ud over for eksempel at gøre sig mere hård i kommunikationen end flere føler sig tilpasse ved, betyder miljøet i musikbranchen også, at mange kvinder retter stort fokus på deres påklædning, fremtoning, talemåder, kropssprog, osv. En respondent forklarer:

"Jeg går i oversize, store skjorter, ikke tætsiddende tøj, noget neutralt tøj. Der skal være fokus på, hvad jeg siger, og ikke på min krop. Jeg kunne aldrig drømme om at tage en kjole på, på arbejde. Hvis jeg skal forhandle med nogen eller skal til møde, så vil jeg gerne tilgås neutralt ligesom alle mulige andre. Hvis jeg er for nedringet, eller har stramtiddende tøj på, er jeg bange for, det tager fokus væk fra min faglighed."

I visse tilfælde kan en copingstrategi være at afholde sig fra at deltage i bestemte fællesskaber og/eller opholde sig bestemte steder på bestemte tidspunkter. Et eksempel herpå kommer fra en respondent fra urbanmiljøet, der fortæller om, hvordan hun må tilpasse sig for at passe på sig selv:

"Jeg er god til at tilpasse mig; jeg er for eksempel ikke i et studie sent om aftenen. Det er, som om det sender et forkert signal, og jeg ved, at det kunne gå hen og blive ubehageligt. Jeg kender min besøgstid, og det bliver altså bare tolket forkert, hvis jeg bliver hængende."

Disse tilpasningsstrategier tærer på energi og medfører ifølge flere af respondenterne, at de ikke føler, at de kan være mennesker på de måder, de foretrækker: "Kunne det ikke være fedt, hvis det var sådan, at man ikke behøvede at have hård hud for at være her? Jeg er konstant nødt til at være hårdere i tonen, end jeg har lyst til, for ikke at blive devalueret. Det er egentlig imod, hvem jeg er, og det tærer på min energi."

Et sexistisk og/eller kønsdiskriminerende arbejdsmiljø har en høj pris for den enkelte og kan for nogle medføre (minoritets)stress.

Minoritetsstress

Minoritetsstress er stress, der opstår for personer, som tilhører en minoritetsgruppe i et samfund, en branche eller en virksomhed. Forskningen fremhæver ofte diskrimination, chikane, uønsket seksuel opmærksomhed, magtmisbrug og manglende ligetret som årsag til denne form for stress. Derudover kan minoritetsstress opstå, når en minoritet udfordres på sit syn på sig selv. Oplevelsen af at skille sig ud fra majoriteten kan medføre usikkerhed og skam, og i sidste ende kan minoriteten føle sig nødsaget til at skjule eller nedtone sin egen forskellighed fra gruppen (for eksempel religiøs overbevisning, værdier eller sit køn). Endvidere kan man tale om, at minoritetsstress er knyttet til flere forskellige minoritetsformer, altså en form for dobbelt minoritetsstress, der eksempelvis viser sig, hvis man er både sort og homoseksuel eller kvinde og handikappet. Minoritetsstress har konsekvenser for den enkeltes fysiske og psykiske velvære og helbred.⁶⁵⁾

Ud over de individuelle trivselsmæssige konsekvenser tegner undersøgelsen et billede af, at nogle kvinder ikke kan give sig selv fuldt ud i arbejdet, og at nogle vælger at skifte arbejdsplads, branche eller fokusområde.

En brancheprofessionel fortæller om en længere periode med et for hårdt arbejdsmiljø, og efter en specifik oplevelse med en grænseoverskridende chef flød hendes bæger over:

"Efter den oplevelse slukkede jeg bare for min drøm om at arbejde i den del af branchen. Jeg kunne simpelthen ikke mere. Jeg havde flere måneder, hvor jeg bare lå i min seng med stress og ikke kunne rejse mig," fortæller hun.

En respondent udtrykker, at det kræver et 'tykt fedt panser' at arbejde i musikbranchen. I hendes optik misser musikbranchen en stor talentmasse, netop fordi mange kvinder ikke kan finde sig til rette i det værdisæt eller den mentalitet, som det kræver at 'overleve i branchen':

65) Reestorff, Camilla Møhring, 2020: 'Grænseoverskridende adfærd. Diskrimination, chikane, uønsket seksuel opmærksomhed, vold og magtmisbrug i film-, tv- og scenekunstbranchen'.

🎵 *Kan du kan tage et tykt, fedt panser på hver eneste dag på job – og trives med det – så skal du nok få en fed rejse i musikbranchen. Men der sidder store talenter, som slet ikke kan tillægge sig det temperament eller træde ind i den rolle, som det kræver. For det kræver bare en særlig personlighed at overleve i branchen. Du skal kunne kæfte op og tage nogle slag – og trives med det.*

- musikbrancheperson.

Både musikbranchepersoner og respondenter fra talentlag og blandt forbilleder i undersøgelsen peger på behovet for større diversitet i alle ender af musiklivet; flere allierede og generelt en modvægt til den dominerende struktur i rummene. En brancheprofessionel betoner musikbranchens generelle behov for en 'feministisk overhaling':

"Jeg synes, at den overordnede musikbranche godt kunne bruge en mere feministisk overhaling. Med andre værdier og mere forståelse og plads og rummelighed. Det er fint, at tingene kan blive hårde og lidt kontante en gang imellem, men det vurderes som en negativ ting, hvis man er mere blød og imødekommende."

En anden musikbrancheprofessionel sætter ord på, at hun føler sig bedre tilpas, hvis hun ikke er den eneste kvinde i mødelokalet eller på kontoret. Når der er bare én eller flere kvinder til stede, mærker hun med det samme, at der bliver plads til flere nuancer af hende – både fagligt og socialt:

"Når hun er der (kvindelig kollega), så kan jeg udfolde en større palet af min personlighed. Fordi jeg bliver mødt i noget af min femininitet. Så det ville klart være en gave, hvis der kom flere kvinder ind i bestyrelser og branchen generelt, så man ikke sidder helt alene med sit køn og sin energi, som man til sidst pakker helt væk."

Sidst men ikke mindst peger respondenter fra undersøgelsen på, at en større ligevægt blandt kønnene i alle led i musikbranchen vil skabe en sundere og mere mangfoldig kultur.

"Jeg tror, at det bliver lettere, når man bliver et større fællesskab af kvinder på de samme positioner. Det betyder måske, at man kan slappe lidt mere af. Når der er flere kvindelige artister, medarbejdere, ledere på pladeselskaberne. Det ville bløde op i drengeklubben, og der vil være en større forståelse for det at være kvinde. Man bliver træt, når man kæmper så længe og konstant har barrikaderne oppe. Derfor skal der være flere kvinder." – forbillede.

10

Mentale barrierer og udfordringer

Det sidste af de gennemgående temaer, som er meget markant i undersøgelsen, er kvindernes vurdering af egne evner og deres oplevelse af usikkerhed og utilstrækkelighed. En stor del af respondenterne peger på, at deres egen usikkerhed er den største barriere for at komme videre i deres musikalske udvikling og karriere. Det kunne være let at angive kvindernes usikkerhed og manglende tro på egne evner som en af hovedårsagerne til, at kvinderne ikke klarer den til toppen. Men som undersøgelsen demonstrerer, er karrierevejen for respondenterne brolagt med flere og andre udfordringer og barrierer – alene fordi de er kvinder og/eller en minoritet i en mandsdomineret branche. Oplevelsen af ikke at blive hørt, at blive (fagligt) underkendt, at have et begrænset 'manøvrerum', at være udsat for nedladende eller grænseoverskridende kommentarer mv. internaliseres i kvinderne og giver sig til udtryk i en gennemgående usikkerhed, manglende tro på egne evner og en følelse af ensomhed. Det gælder både for de kvinder, der er i gang med at etablere sig i den danske musikbranche, og for dem, der allerede har en karriere, som mange vil misunde.

Internaliseret sexism

Gentagne oplevelser med sexistisk adfærd eller undertrykkende handlinger påvirker, hvordan personer former deres identiteter, hvor højt de tænker om sig selv, og hvordan de forstår deres oplevelser og træffer livsvalg. Internaliseret sexism og/eller undertrykkelse opstår, når kvinder (eller andre personer, der er genstand for sexism og/eller undertrykkelse) ubevidst indlærer sexistisk adfærd og udøver denne over for sig selv og andre kvinder.⁶⁶⁾ For eksempel kan en pige, der vokser op uden synlige kvindelige rollemodeller i musikken, implicit modtage beskeden "Piger som dig kan ikke blive professionelle musikere." Oplever hun derudover at møde lavere forventninger fra musiklærere og/eller lydteknikere; at blive talt hen over hovedet til møder mv., virker det som en ekstern gentagelse af budskabet, som hun kan begynde at fortælle til sig selv: "Jeg vil aldrig blive til noget", "Jeg kan ikke producere musik" osv. Hvis hendes adfærd stemmer overens med denne tro, vil hun have internaliseret undertrykkelsen.⁶⁷⁾

Den internaliserede usikkerhed og manglende tro på egne evner giver sig som tidligere beskrevet blandt andet udtryk i, at kvinderne ikke rækker ud efter hjælp, ikke tør 'sætte sig op' mod og igennem over for musikbranchens 'autoriteter',

66) David & Derthick, 2014: What is Internalized Oppression and So What?
67) Bearman, Korobov & Throne, 2009: The Fabric of Internalized Sexism.

og at de holder igen med at række ud til mulige samarbejdspartnere, fordi de er bange for, at de ikke gode nok. Det giver sig også udtryk i, at de i begrænset omfang rækker ud til eller har musikalske samarbejder med kvindelige kollegaer.

Respondenternes oplevelser og erfaringer igennem de forskellige faser af deres musikliv giver dem således en oplevelse af, at de ikke hører til, ikke er gode nok, og at deres berettigelse til at være en del af musikbranchen er mindre end mændenes. Usikkerhed på individniveau bliver således en barriere for kvinder på strukturelt niveau.

Usikkerhed og manglende tro på egne evner

🎵 Jeg ville ønske, jeg ikke var så bange for at række ud til mennesker ... Min egen usikkerhed er min største barriere.

– kunstner fra talentlaget.

Usikkerhed og manglende tiltro til egne evner går som en rød tråd igennem interviewpersonernes fortællinger. Det er oplevede indre barrierer, der i nogle tilfælde resulterer i, at kvinderne i undersøgelsen holder sig tilbage fra at indsende demoer til musikskaber og/eller at opsøge potentielle samarbejdspartnere. På tværs af interviewene fortæller en stor gruppe kvinder, at de oplever at have (eller at have haft) svært ved at 'række ud' til eksempelvis mulige samarbejdspartnere eller opsøge diverse udviklingsmuligheder, fordi de er usikre på, om de er 'gode nok', eller nervøse for at blive mødt af en afvisning.

I nedenstående citat eksemplificeres dette via en respondent fra talentlagets fortælling om at have brugt flere måneder på at samle mod til at skrive til mulige samarbejdspartnere:

"Jeg skal være bedre til at række ud og sige: 'Fuck det, nu skriver jeg bare.' Jeg tog mig endelig sammen i sidste uge til at skrive ud til en håndfuld

producere og managers. Det har jeg samlet mod til i flere måneder. Det burde jo ikke være svært at skrive den fucking mail, men det føles bare så grænseoverskridende. I bund og grund er jeg jo bange for, at de synes, jeg er pissetårlig. Megabange for den afvisning."

En anden kunstner fra talentlaget fortæller i samme spor, at hun i flere år har tænkt på at tage kontakt til nogle producere, som hun godt kunne tænke sig at arbejde med. Først da de selvsamme producere hev fat i hende, stod det klart, at hun havde 'spildt så meget tid på at gå og være bange for en afvisning':

"Jeg har haft lyst til at skrive til nogle producere, som jeg syntes var seje – i flere år faktisk – men jeg har bare ikke turdet. For nylig var der pludselig en af dem, der kom hen til mig og inviterede mig i studiet. Og der tænkte jeg bare: 'Hvorfor har jeg ikke skrevet til ham for to år siden?' Det er jo for dumt, at jeg har spildt så meget tid på at gå og være bange for en afvisning."

Et forbillede fortæller:

🎵 Min første manager blev nødt til at afbryde vores samarbejde, fordi han skulle til London. Han henviste mig til et management og en garvet branchemand, men der gik flere måneder, før jeg kontaktede ham. Jeg turde simpelthen ikke! Men en dag skrev jeg endelig til ham, og så startede rejsen!

– forbillede.

Flere respondenter fra interviewundersøgelsen oplever, at drenge og mænd generelt er mindre selvkritiske og bedre til at 'lege' med musikken fra en tidlig alder. Ifølge kvinderne organiserer drenge sig i højere grad end piger i grupper og bands, hvilket de påpeger er med til at skabe selvtillid og skubbe drengene ind i musikbranchen.

Et forbillede fortæller: "Som barn og ung lavede drengene bands uden videre – de var gode til at organisere sig. Rent teknisk var jeg jo lige så god, men af en eller anden grund lavede vi piger ikke rigtig noget sammen. Drengebands opbyggede en tro og selvtillid gennem hinanden og derudover et musikalsk fællesskab fra start."

En kunstner fra talentlaget oplever, at mændene i musikbranchen har større selvtillid og generelt føler sig velkomne: "Jeg oplever, at mændene har større selvtillid og selvfølgelighed. På en anden måde end kvinder føler de sig berettiget til at være her (i musikbranchen, red.)."

En anden kunstner fra talentlaget fortæller, at hendes klasse på musikkonservatoriet var stærkt mandsdomineret. Hun oplevede, at drengene var meget ubekymrede i deres tilgang til musikken. Det skabte i hende en oplevelse af, at der ikke var plads til (hendes) usikkerhed:

"På Konservatoriet var vi 3 piger ud af 13 elever i min klasse, og luften var tyk af testosteron. Drengene var bare så meget mindre bekymrede. De var ikke bange for at vise, hvad de havde lavet; var generelt fremme i skoene, opsøgende og rykkede på ting. Og jeg fik angst, fordi der var ikke plads til usikkerhed."

Perfektionisme og 120 procent færdige demoer

"I virkeligheden sidder jeg hjemme på mit værelse med en hel masse musik, som jeg ikke tør vise frem." – kunstner fra talentlaget.

Mange af respondenterne peger på, at de føler sig begrænset af deres egen perfektionisme. På tværs af interviewene fortæller især yngre respondenter fra talentlaget, at de ligger inde med færdige demoer og andet materiale, som de ikke tør vise til nogen. En sanger og sangskriver fra talentlaget fortæller:

🎵 Jeg er vel ret perfektionistisk. Hvis jeg sender noget materiale til nogen, er det typisk næsten helt færdigt. Men ikke engang dér er det sikkert, at jeg sender det til nogen. I virkeligheden sidder jeg hjemme på mit værelse med en hel masse musik, som jeg ikke tør vise frem.

– kunstner fra talentlaget.

En musikbrancheperson fra undersøgelsen, der arbejder med unge kvinder i vækstlaget, fortæller i overensstemmelse hermed, at de unge kvindelige kunstnere, hun arbejder med, typisk laver deres materiale 120 procent færdigt, før de viser det til nogen:

"Det, vi oplever med de piger, vi har med, er, at de ikke spiller noget for nogen, før det er færdigt. 120 procent færdigt. De er ekstremt perfektionistiske. Hvor drenge er meget mere sådan – hvis de har lavet et beat, så kalder de sig producere og sender demoer til højre og venstre."

Branchen får flere henvendelser fra drenge og mænd

"Drenge og mænd er bedre til at gøre sig selv synlige. 80 procent af det repertoire, jeg får igennem, er mænd. Og det er bare lettere at finde noget talent i en pool med større volumen." – musikbrancheperson.

I undersøgelsen fortæller de brancheprofessionelle interviewpersoner generelt, at de oplever, at kvindelige musikere og kunstnere er mere



Jeg får rigtig mange direkte henvendelser fra drenge. De sender bare deres musik og inviterer sig selv på en kop kaffe. Kvinder er generelt mere tilbageholdende. Nogle af pigerne ligger inde med de fedeste demoer og nærmest også en businessplan. Men det er, som om de ikke tør stå ved deres musik, før de har fået en håndsrækning."

- brancheperson.

selvkritiske. En typisk oplevelse hos de interviewede brancheaktører er, at de får flere henvendelser fra nye mandlige artister end fra nye kvindelige.

En respondent blandt branchepersoner fortæller:

"Jeg får rigtig mange direkte henvendelser fra drenge. De sender bare deres musik og inviterer sig selv på en kop kaffe. Kvinder er generelt mere tilbageholdende. De poster en teaser på Instagram, hvor de synger, men er forsigtige med at kalde sig sangerinde eller rapper. Kommer man dem i møde og beder dem om at sende noget, så viser det sig tit, at de har lavet nogle fede ting. Nogle af pigerne ligger inde med de fedeste demoer og nærmest også en businessplan. Men det er, som om de ikke tør stå ved deres musik, før de har fået en håndsrækning."

En anden brancheperson fra undersøgelsen oplever på samme vis, at kvinderne er svære at få øje på, når hun er på udkig efter nyt talent. Efter hendes erfaring er mændene bedre til at melde sig på banen og gøre sig selv synlige:

■ Med kvinder skal jeg virkelig grave for at finde noget talent. Sidde og se koncertvideoer igennem på YouTube, scrolle Karrierekanonens udvalg igennem. Jeg tror, der dybt i os piger ligger en form for respekt for, at når man udgiver noget, som hele verden kan se, så skal det være 100 procent perfekt.

- musikbrancheperson.

En tredje brancheperson fra undersøgelsen stemmer i med samme oplevelse: "Vi bliver præsenteret for væsentlig færre kvindelige artister end mandlige. Ved ikke, om det er, fordi de ikke ved, hvordan man kommer i kontakt med et pladeselskab? Jeg tror ikke, det er sådan ude i stuerne – der er ikke færre kvinder, der synger eller laver musik. Men klart færre, der henvender sig direkte."

4

Karrieredrømme, ambitioner og behov

■ *Jeg drømmer om at være på et stort internationalt label, spille på Orange Scene og Coachella med blæserarrangementer, kor og alt det der. Jeg drømmer om at kunne leve af min musik og inspirere nogle mennesker. Det er det, jeg er født til.*

- kunstner fra talentlaget.

Det er hårdt arbejde at udvikle, etablere og vedligeholde en musikkarriere i dansk musikliv uanset køn. Drømme, talent og ambitioner er ikke garant for, at det lykkes. Der er dog ikke noget, der tyder på, at kvinderne er underrepræsenteret i den danske musikbranche, fordi de ikke tør drømme stort nok, eller fordi de har færre ambitioner for sig selv og deres musikkarrierer. Kvinderne ønsker at 'slå igennem' både i indland og udland. De drømmer om at spille på de store scener og blive rå-spillet på radiokanaler og streaming-tjenester.

Mange af respondenterne peger på, at en del af løsningen på at udvikle og etablere en karriere (som talent på vej) – kan være opbygning af selvtillid og faglige kompetencer. Der er isoleret set ikke noget i vejen med at have behov for at styrke sine faglige kvalifikationer eller at ønske at styrke selvtilliden. Men kvinderne placerer dermed indirekte hovedansvaret for den manglende musikkarriere og deres store usikkerhed hos sig selv – og ikke på de strukturelle udfordringer og barrierer og den udprægede sexistiske kultur, de møder på deres vej igennem musiklivet og hos deres professionelle samarbejdspartnere i musikbranchen. Mange af respondenterne i talentlaget efterlyser (uafhængig) rådgivning, sparring og kreativ udvikling og en 'guide' til musikbranchens professionelle virksomheder, som de gerne vil være en del af.

Drømme og ambitioner

Jeg drømmer om at blive en stor succes i dansk musik, og jeg drømmer om at skrive MUSIKHISTORIE. At blive den første kvinde til dit og dat. Slå nogle rekorder. De ting ønsker jeg skal ske ikke bare på et egoistisk plan, men også for dansk musik. Og så drømmer jeg om, at vi kommer til at kunne se et talent uden at tænke på køn. Jeg er ikke god, fordi jeg er pige. Jeg er god, fordi jeg er god.

– kunstner fra talentlaget.

Kvindernes drømme og ambitioner understreger, at de bestemt ikke har givet op, på trods af de barrierer og udfordringer, mange af dem møder igennem deres musikliv og karriere (kapitel 3). Kvinderne i undersøgelsen har trods modstand og barrierer mod på og lyst til at være en del af fremtidens musikliv. De har store drømme og ambitioner om at skabe en karriere (talent- og vækstlaget) eller at videreudvikle den karriere, de allerede har etableret (forbilleder). Hovedparten af interviewpersonerne drømmer om 'at leve af' deres musik; om at skrive, producere og udøve musik på fuld tid og skabe en musikkarriere på et (indtægts) niveau, hvor de ikke behøver at have andre ikkemusikrelaterede jobs på sidelinjen.

Størstedelen af kvinderne i talentlaget har store drømme; om at gøre karriere i både ind- og udland; om internationale hits på den amerikanske Billboard og store sceneshows på Coachella og Madison Square Garden; om at skrive musikhistorie og om at etablere sig i musikbranchen på lige fod med mændene. Forbillederne, der allerede har aktive karrierer, drømmer om en videreudvikling af deres eksisterende karriere og om at få fodfæste på (flere) internationale markeder.

"Mine drømme er jo stadigvæk store. Jeg vil gerne være en etableret artist. Meget mere end jeg er nu. Jeg drømmer om at være på et stort internationalt label – måske et tysk, og det tyske marked drømmer jeg i det hele taget om at indtage. Men den største drøm er, at jeg kan gøre alle de ting og samtidig føle mig fri og være den, jeg er. For jeg ved jo også, at jo større man bliver, jo større bliver presset og forventningerne."

Usikkerhed, manglende opbakning, ensomhed, alder og familieliv står i vejen

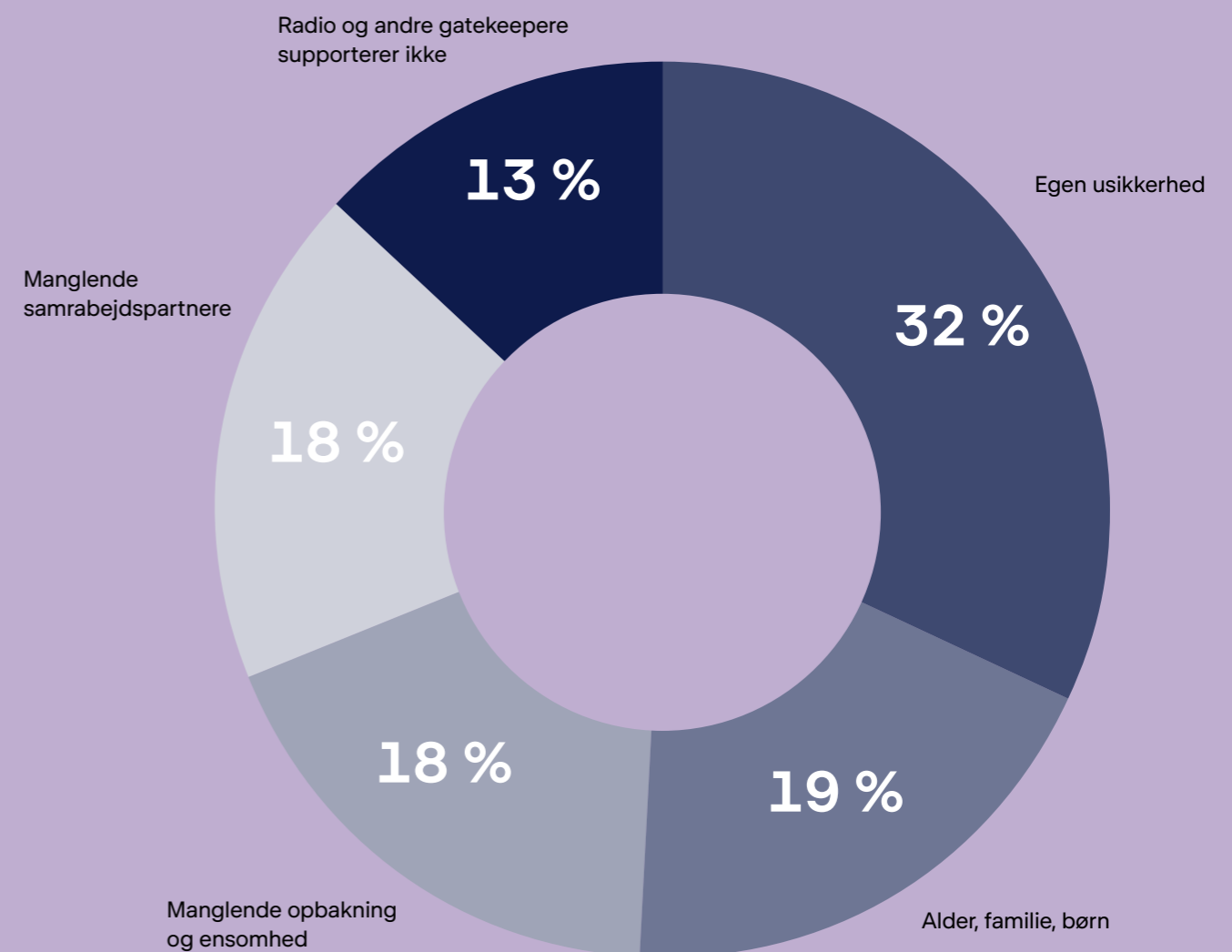
Jeg ville ønske, jeg ikke var så bange for at række ud til mennesker i branchen. Min egen usikkerhed er en stor barriere.

– respondent fra talent- og vækstlaget.

Talentlaget blev spurgt om, hvad de mener der kan stå i vejen for at udvikle deres talent til en karriere, og forbillederne blev spurgt om, hvad de mener der kan stå i vejen for at videreudvikle deres karriere.

Hovedparten af respondenterne på tværs af både respondenter i vækst- og talentlaget og forbillederne peger på, at det er deres egen usikkerhed, der er den største forhindring for at skabe en karriere eller udvikle talentet (figur 4). I næste række peger respondenterne på alder, familieliv, følelsen af at stå alene samt manglen på opbakning i almindelighed og fra musikbranchen i særdeleshed. De peger også på, at et fravær af de rigtige samarbejdspartnere kan være noget af det, der gør det svært at udvikle talentet og karrieren.

Hvad oplever du kan stå i vejen for, at du kommer videre i din udvikling og karriere?



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.

Note til figur: Spørgsmålet blev stillet som et åbent spørgsmål uden svarkategorier. Svarene grupperede sig i de kategorier og pro-centfordeling, som ses i figur 4.

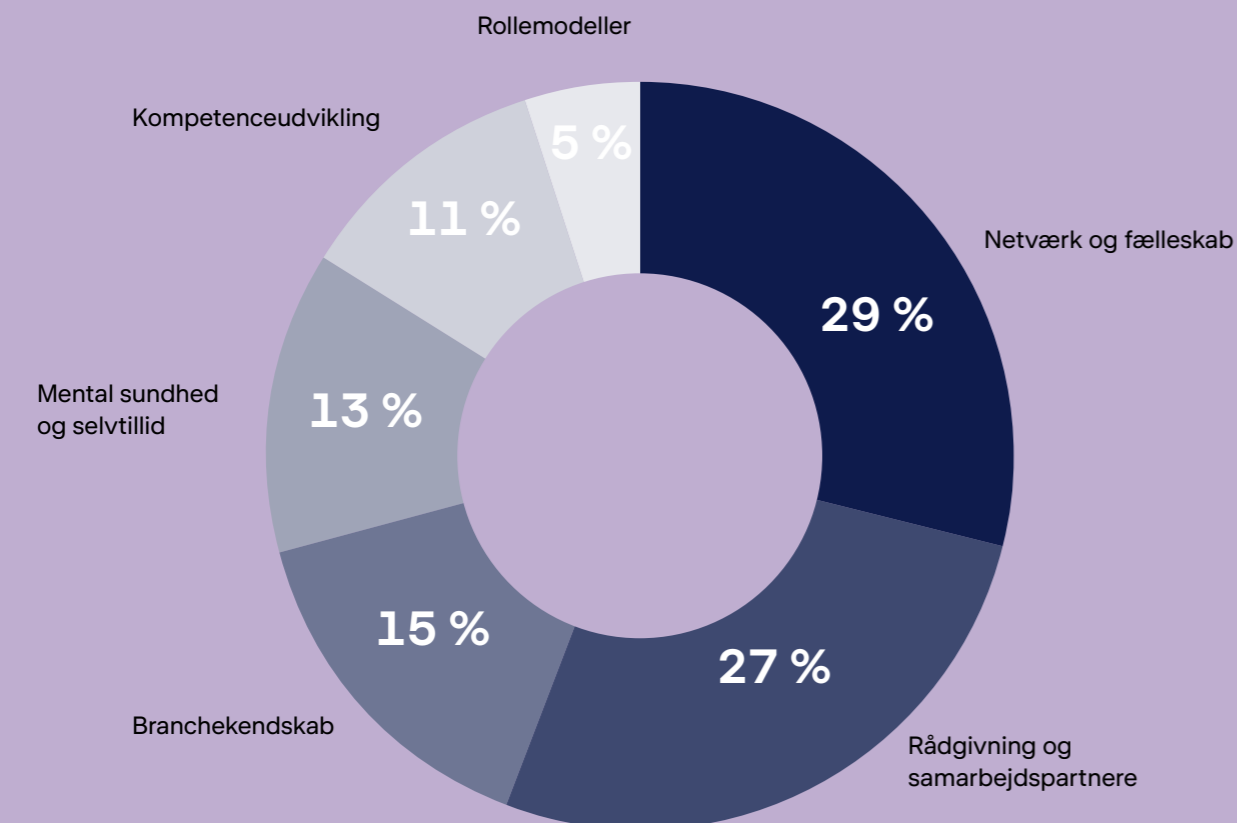
Kvinder efterspørger fællesskaber, samarbejdspartnere og oprustning af kompetencer

Talentlaget blev dernæst spurgt om, hvad de savner, for at udvikle deres talent til en karriere. Forbillederne blev spurgt om, hvad de savnede, dengang de endnu ikke var etableret på den danske musikscene. Branchepersonerne blev spurgt om, hvad de mener talentlaget har brug for, for at kunne udvikle deres talenter og komme i mål med karrieredrømmene. På tværs af kvindernes oplevelser peger respondenterne på, at talentlaget har følgende behov:

- Karrierenetværk og faglige fællesskaber på tværs af køn og med kønsfæller
- Opbygning af selvtillid
- Større fokus på mentalt helbred
- Professionel rådgivning og samarbejdspartnere Mere kompetenceudvikling
- Inspiration og motivation via kvindelige forbilleder og rollemodeller

Figur 5

Hvad savner du for at udvikle dit talent til en karriere?



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.
 Note til figur: Spørgsmålet blev stillet som et åbent spørgsmål uden svarkategorier. Svarene grupperede sig i de kategorier og procentfordeling, som ses i figur 5.

Karrierenetværk og faglige fællesskaber

Netværk og community, hvor man kan sparre med hinanden, er guld værd. Man har brug for en følelse af, at man ikke er alene.

– forbillede.

Et fællestræk, der præger kvindernes fortællinger, er oplevelsen af at have svært ved at etablere et netværk i musikbranchen. Respondenterne efterspørger således både generelle karrierenetværk og fagfællesskaber af blandet køn og netværk og fællesskaber med andre kvinder.

Mange af respondenterne har et ønske om at blive en del af et velfungerede professionelt netværk og fællesskab, der kan motivere og inspirere. En sangskriver fra talentlaget pointerer for eksempel: "Jeg savner et fællesskab, der kan sparke gang i motivationen og inspirationen. De oplevelser og input kan betyde vildt meget: et kick, et boost, en spejling, der sparker en i gang."

En anden respondent fra talentlaget oplever ligeledes at blive inspireret af mødet med ligesindede: "Jeg kan mærke, at jeg bliver superinspireret af at tale med andre kvinder i branchen – både artister og musikbranchekvinder. Det er bare ikke så ofte, jeg kan komme til det. Det savner jeg mere af. Det er lidt hårdt at være alene."

Flere af respondenterne fra talent- og vækstlaget peger på, at de til tider kan blive ramt af ensomhed og en følelse af at være meget alene om deres projekt og/eller forløb i musikbranchen og savner nogle (uafhængige) at sparre med: "Man er meget på egen hånd som kvinde i musikbranchen, og jeg har tit følt, at jeg stod alene. Jeg håber på at møde nogle, som kan hjælpe og guide mig til at se noget, jeg måske ikke selv kan. Møde nogle ligesindede og skabe et netværk."

Også forbillede fra undersøgelsen peger på, at de ville have haft gavn af et større fællesskab med ligesindede kvinder tidligere i deres karrierer. Et af de adspurgte forbilleder pointerer for eksempel: "Jeg tror, det havde gjort en stor forskel for mig, hvis der – dengang jeg startede – havde været et sted, hvor jeg kunne snakke med andre upcoming kvinder i musikbranchen. Unge upcoming kvinder har brug for et community af piger, der kan ringe til hinanden og bruge hinanden og arbejde sammen. Ellers bliver det sgu for tungt det hele."

Selvtillid og mentalt helbred

Jeg har brug for at blive mere selvsikker som artist; styrke mit eget selvbillede. Min største barriere er klart, at jeg ikke tror nok på mig selv og ikke tør være så udfarende, som jeg ville ønske. Jeg har behov for at arbejde på de ting, og så at blive endnu mere tryk i det, jeg laver.

– kunstner fra talentlaget.

I undersøgelsen træder usikkerhed og manglende tiltro til egne evner frem som betydelige barrierer, der i nogle tilfælde holder kvinderne tilbage fra at opsøge potentielle muligheder og samarbejder. Når målgruppen bliver spurgt om, hvad de oplever kan stå i vejen for, at de kommer videre i deres udvikling og karriere, svarer 32 procent således, at deres egen usikkerhed er deres største barriere.

På tværs af undersøgelsen udtrykker en stor gruppe af respondenterne fra talentlaget et ønske om at tilegne sig kompetencer og værktøjer til at styrke deres selvtillid og mentale helbred. Ligeledes nævner en stor del af forbillederne vigtigheden af at få styrket de unge kvinders selvbillede og tro på sig selv.

Et forbillede pointerer: "I min optik er grunden til, at der ikke er flere kvinder på credit-listerne, at kvinder ikke tror på, at de er gode nok. Dét er et vigtigt sted at starte – at forsøge at ændre på denne forståelse hos kvinderne selv."

Et andet forbillede lægger vægt på vigtigheden i at arbejde med selvtillid og personlig udvikling: "Man må ikke underkende, hvor stor en del af kønsskævvridningen der handler om personlig udvikling. Da jeg var yngre, havde det klart været en fordel, hvis jeg havde gjort noget 'confidence building', for at lære at stole på min intuition; lære at tage risici og i det hele taget være lidt mere 'no bullshit' omkring min musik og mit virke."

Endvidere udtrykker flere af respondenterne, at de løbende har (haft) behov for psykisk støtte, og peger på vigtigheden af at højne den generelle mentale sundhed og trivsel i branchen. Et forbillede fra undersøgelsen fortæller, at hun længe har overvejet, hvordan man kan gøre branchen til et rarere sted at være: "På en eller anden måde har jeg længe tænkt, at jeg ville ønske, at der var nogle branchefolk, som lavede sådan en 'tillidsperson' – ligesom man har en tillidsmand på en arbejdsplads."

En ung kunstner fra talentlaget, der står på tærsklen af sit potentielle gennembrud, fortæller, at hun døjer med en enorm usikkerhed, som hun frygter kan blive altoverskyggende i fremtiden. Hun peger på musikbranchens behov for et større fokus på det emotionelle og især artisters mentale helbred og generelle trivsel:

"Ligesom man har krisepsykologer eller hr-afdelinger på arbejdspladser, ville det være fantastisk også at have det til artister. At man havde et psykologforløb eller terapiforløb, så man kunne komme i kontakt med sig selv. For det, jeg døjer allermest med, er jo usikkerheden. Det er dét, der er min barriere. Det er det, der kommer til at gøre, at jeg ikke kommer til at klare det. At jeg emotionelt bare ikke kan holde til det. Og det ville jeg ønske for fremtidens seje kvindelige artister at de bliver rustet til."

Professionel rådgivning og samarbejdspartnere

Jeg har brug for en god lang plan; nogle at samarbejde med, som vil mig og som tror på mig. Jeg har brug for ikke længere at være alene om mit projekt, og jeg har brug for nogle større muskler bag, som kan supportere mig og trække i de rigtige tråde.

– kunstner fra talentlaget.

Flere af respondenterne i talentlaget og blandt forbilleder tilkendegiver, at de savner professionel rådgivning og samarbejdspartnere for at komme videre i deres karrieremæssige udvikling. Flere nævner producersamarbejder som noget af det, de godt kunne tænke sig at etablere, mens andre fokuserer mere på strategiske og/eller økonomiske partnere, for eksempel et pladeskab, booking eller management. Mange af respondenterne oplever, at det er svært at finde de rette samarbejdspartnere og rådgivere i musikbranchen.

En kunstner fra talentlaget fortæller: "Det, jeg lige nu mangler for at komme videre med mit projekt, det er egentlig en producer. En, som jeg kan indgå et længerevarende samarbejde med, og som har lyst til at prioritere mig og mit projekt."

En anden respondent fra talentlaget har manager, men føler ikke, at hendes management prioriterer hende tilstrækkeligt. Hun har behov for dedikerede samarbejdspartnere for at komme videre med sit projekt: "Min manager løfter ikke rigtig projektet på den måde, som jeg havde håbet, og den producer,

som jeg har arbejdet med de sidste mange år, han har fået meget mere travlt og har kun tid til at ses en gang om måneden. Og det er jo bare ikke nok, men jeg kan ikke gøre det hele selv. Så lige nu føler jeg, at jeg mangler nogle mennesker omkring mig, som støtter projektet mere."

I overensstemmelse hermed nævner en stor del af forbillederne at netop sparrings- og/eller samarbejdspartnere – både uafhængige og kommercielle – som en afgørende faktor for udviklingen og etableringen af deres egne karrierer. Flere af dem understreger, at personer, som tror på dem, loyalt kæmper sammen med dem, lægger planer sammen med dem, og som udfordrer dem på en tryk og konstruktiv måde, er alfa og omega for en (god) karriere.

"Det afgørende for, at jeg er slået igennem på min måde, er, at jeg mødte nogle, der troede på mit talent. De troede på mig, som jeg er/var, og de skabte et rum omkring mig, hvor jeg følte mig set." – forbillede.

Kreativ udvikling, færdigheder og branchekendskab

Man kan spire dér, hvor man trygt kan lave fejl. Jeg blev positivt udfordret på min sangskrivning i sin tid, og det gav mig blod på tanden og lyst til at arbejde på at blive bedre. Men det skal gøres på den rigtige måde, så man ikke mister modet. Det rigtige 'rum', den rigtige coach og de rigtige spar-ringspartnere har været alfa og omega for, at jeg har kunnet udvikle mig og nå mine mål.

– forbillede.

En stor gruppe respondenter fra målgruppen har et ønske om at udvikle deres færdigheder som sangskrivere, producere og/eller performere. Flere respondenter udtrykker et behov for et 'rum'; en 'platform' eller en mindre formel 'uddannelse', hvor de kan arbejde med deres håndværk og styrke og udvikle deres talent, for i sidste ende at møde musikbranchen med størst mulig ballast.

"Hvis man gerne vil leve af musik, skal man være villig til at lære, udvikle sig og knokle. Men når der ikke er nogen steder, man kan gå hen og søge læring, så er det bare svært. Jeg har selv kæmpet meget med ikke at blive optaget på konservatorium og savnet et sted, hvor jeg så kunne søge hen og klø på!" – respondent fra talentlaget.

Flere interviewpersoner fra undersøgelsen mener, at der generelt er for lidt fokus på udviklingen af de nye, spirende artister, før pladeselskaber og andre kommercielle samarbejdspartnere får fat i dem.

"I min optik har der været for lidt fokus på det udviklende arbejde, der ligger forinden en pladekontrakt eller en udgivelse. Mange kvindelige artister indfrier ikke deres fulde potentiale, fordi de ikke får den rigtige hjælp, den rigtige sparring eller det rigtige skub. Enten får de aldrig en kontrakt, eller også får de en kontrakt, hvor de skal udgive musik lige nu og her, før de egentlig er klar." – brancheperson.

Endvidere udtrykker flere respondenter, at de har (haft) svært ved at finde vej ind i musikbranchen, og savner mere indsigt i og viden om branchen, som de generelt oplever som lidt hemmelig eller lukket og med et særligt sprog. De ønsker således at blive klogere på de muligheder, som branchen rummer, og de personer og virksomheder, som er i den.

"Jeg havde haft gavn af at få noget reel brugbar viden om branchen, og hvordan den fungerer, inden jeg

trådte ind. Også om kommunikation – A&R's taler et andet sprog. Man burde have et fag, der hedder 'lær at tale A&R-sprog', fordi de siger én ting og mener en anden. Hvis jeg var blevet uddannet i det, havde jeg taget det hele med storm tidligere." – forbillede.

Inspiration via rollemodeller

■ *For mig er det vigtigt med nogle at spejle sig i. Men i min optik er der stor forskel på idoler og rollemodeller. Mit idol er Arianna Grande, men der er forskel på folk som hende og så kunstnere, som ikke er 'one in a million'. Mine rollemodeller er nogle, som jeg rent faktisk kan identificere mig med. Nogle, som jeg måske har fulgt fra deres spæde start til det store gennembrud. At være med på den udviklingsrejse får det til at se ud, som om det kan lade sig gøre. Det kan afmystificere det hele lidt.*

– kunstner fra talentlaget.

Rollemodeller nævnes som en faktor for, om kvinderne tror på, at det kan lade sig gøre at bryde igennem og etablere en bæredygtig musikkarriere. Rollemodeller kan ifølge flere af vores respondenter være med til at udfordre status quo; bryde med traditionelle rammer og arketyper om 'den kvindelige artist'.

En brancheprofessionel i undersøgelsen nævner Tessa som eksempel på en rollemodel, der udvider rammerne for, hvad kvinder må og kan inden for

musikken: "Forbillede kan rykke rigtig meget ved folks forestillinger om, hvad kvinder kan inden for musikken. Tessa har inspireret en masse unge piger. Og de piger kan være med til at inspirere andre kvinder."

En kunstner og sangskriver i talentlaget fremhæver, at rollemodeller spiller en vigtig rolle for hendes

musikalske udvikling.

Hun skelner dog imellem idoler – "one in a million-superstjerner" som Arianna Grande og så kunstnere, som hun lettere kan identificere sig med. Sidstnævnte kalder hun 'praktiske' rollemodeller (citater fra indledningen).

Andre respondenter kommer også ind på effekten ved "praktiske" rollemodeller i nærmiljøet, der kan inspirere i forbindelse med karrierevej. En kunstner fra talentlaget fortæller: "Jeg føler, at jeg har omgivet mig med nogle mennesker, som jeg ser op til. Nogle, som jeg kan spejle mig i, og hvis karrierevej jeg kan se - step by step - og blive inspireret af. På den måde har jeg nogle rollemodeller i mit nærmiljø. Det er altid godt at alliere sig med nogle, som er et lille step foran eller lige lidt bedre end en selv. Så kan man følge i deres fodspor."

Konklusion

At balancen er pilskæv i dansk musikliv, når det handler om køn, er ikke alene veldokumenteret, men har i en årrække været omdrejningspunkt for heftig debat i den danske presse, blandt politikere, musikere og brancheaktører. Tallene tegner et tydeligt billede: Sat på spidsen starter pigerne med at sidde på mere end halvdelen af musikskolepladserne, men ender med 20 år senere at indkassere kun 10 procent af rettighedsmidlerne. Man kan roligt tale om både frafald og fravalg undervejs i den musikalske fødekæde.

Formålet med denne rapport er at afdække nogle af årsagerne til kønsbalancen i dansk musikliv – og forhåbentlig derved også at komme nærmere en løsning på problemet. Rapporten baserer sig på kvinderne selv, og med afsæt i 75 interviews med kvinder i det danske musikliv kortlægger Bandakademiet og DR 10 gennemgående barrierer for kvinder i musikbranchen. Hver især bidrager de til forståelsen af en omfattende udfordring, der trækker tråde til alle dele af den danske musikbranche.

Billedet er på en gang tydeligt og komplekst: Der er mange årsager – store som små, alvorlige som uforsætlige – til, at kvinderne falder fra undervejs i deres musikalske opvækst og oplever udfordringer med at etablere en professionel karriere på lige fod med mænd. De 10 barrierer er uddybet nedenfor.

01

Stereotype forestillinger igennem den musikalske opvækst: "Piger synger, drenge spiller"

Kønsbalancen opstår allerede i det tidlige møde med musikken, hvor drengene tager plads bag guitar og trommesæt, og pigerne synger. Et mønster, der reproducere hele vejen op igennem den musikalske opvækst, hvor kvinderne ikke møder mange rollemodeller – hverken kunstnere eller undervisere – der kan inspirere dem til andre musikroller.

02

Højere krav, lavere forventninger: Oplevelsen af at skulle kunne 'mere' for at komme igennem musikbranchens nåleøje

Flere af kvinderne oplever, at beslutningstagere i branchen bedømmer talent og kompetencer forskelligt afhængigt af, om afsenderen er en mand eller en kvinde, og at branchens adgangskrav er højere for kvinder end for mænd, fordi "det er sværere og tager længere tid at 'afsætte' kvindelige kunstnere".

03

Sammenligning og konkurrenceintensitet: Sammenligning med andre kvinder og "kun plads til én på tronen"

Oplevelsen af, at musikbranchen kun har plads til én eller få succesfulde kvinder ad gangen, går igen i kvindernes fortællinger. De oplever, at branchen over en bred kam sammenligner kvinderne med hinanden og positionerer dem som konkurrenter, i langt højere grad end tilfældet er for deres mandlige kollegaer. Det skærper oplevelsen af konkurrence og hæmmer kvindernes lyst til at bakke hinanden op, glæde sig over hinandens succes og række ud til samarbejde.

04

Manglende netværk og fællesskab: Oplevelsen af at stå alene

Mange af kvinderne føler sig alene, savner et fællesskab og oplever, at de har svært ved at etablere netværk i branchen såvel med kvindelige som mandlige kollegaer. Flere peger på, at drenge og mænd tidligt, og i højere grad end piger og kvinderne, inviterer hinanden ind i fællesskaber og organiserer sig i grupper og bands, hvilket er med til at skabe selvtillid og skubbe drengene ind i musikbranchen.

05

Sprog og retorik: Sexistisk sprogbrug i medierne og en generel tendens til at miskreditere kvinder

Branchen og mediernes fremstilling af kvinder på den danske musikscene opleves som stereotyp og overfokuseret på at være ung, smuk og letpåkædet. Kvinderne beskriver retorikken som seksualiserende og præget af et næsten altoverskyggende fokus på udseende, alder og 'fuckability'.

06

Ageism: Kvindelige musikere har i højere grad end mandlige en udløbsdato og mister hurtigt salgsværdi

Kvinderne oplever, at branchen helst vil arbejde med og eksponere helt unge – gerne barnløse – kvinder. Det skaber en følelse af stress og travlhed blandt kvinderne, der skal nå at debutere, før det er for sent. Følelsen skærpes af en oplevelse af, at der også er en udløbsdato i den anden ende, hvor kvinderne kan forvente sig en kortere levetid end mændene på radioernes playlister, festivalernes plakater og spillestedernes programmer.

07

Snævert og unuanceret billede af 'den kvindelige artist': Fokus på hår, krop, tøj, brand og narrativ

Kvinderne oplever, at kønnet kommer først, og at de defineres som kvinde før sangskriver, producer, artist eller musiker. Kvinderne oplever et stort fokus på deres udseende og fremtoning, som de vurderer deres mandlige kollegaer ikke er underlagt. De stereotype kønsforventninger fra deres tidlige musikliv følger tilsyneladende med ind i det professionelle musikliv, hvor mange oplever at skulle modbevise forventninger om, at deres køn har negativ betydning for deres fysik og musikalske talent eller kunnen.

08

Sexchikane og grænseoverskridende adfærd: Fra seksuelle kommentarer til deciderede overgreb og manglende rum til at sætte grænser

I interviewene tegner kvinderne et billede af en seksualiseret og seksualiserende branche. Kvinderne beretter om alt fra seksuelle eller grænseskridende kommentarer og handlinger til deciderede overgreb. De fortæller, at de, der er tilskuere, ikke reagerer, og at de, det går ud over, typisk ikke fortæller det til nogen, fordi de er nervøse for, at det kan skade deres karriere.

09

Mandsdomineret branche og maskuline normer: Ikke plads til klassisk feminine værdier i branchen. Kvinderne må gøre sig 'hårde' for at passe ind

Kulturen i musikbranchen beskrives som præget af mænd og såkaldte maskuline værdier med et tydeligt hierarki, en hård jargon og nogle uskrevne regler og koder, der for nogle kvinder synes ekskluderende. Kvinderne fortæller, at de derfor 'gør sig hårde', overtager jargonen, tilpasser sig og undertrykker deres blødere sider for at passe ind. Det giver kvinderne en oplevelse af, at de ikke kan være sig selv, og at de er med til at reproducere og bevare den dårlige kultur i branchen.

10

Mentale barrierer og udfordringer: Usikkerhed, mindreværd og en følelse af ikke at høre til

Kvindernes oplevelser og erfaringer igennem de forskellige faser af deres musikliv giver dem en oplevelse af, at de ikke hører til, ikke er gode nok, og at deres legitimitet og berettigelse til at være en del af musikbranchen er mindre end mændenes. Det manifesterer sig blandt andet i, at mange kvinder føler sig utilstrækkelige og mindreværdige og stræber efter det perfekte, og derfor ender med at holde sig tilbage fra at indsende demoer til musikselskaber eller at opsøge potentielle samarbejdspartnere og kaste sig ud i en professionel karriere.

Om man vil se de 10 barrierer som en inspiration til at tage fat eller et deprimerende udtryk for, hvor indgroet og kompleks kønsbalancen i musikbranchen er, afhænger nok af øjnene, der ser. For rapportens forfattere understreger de mange barrierer et tydeligt behov for både lokale indsatser hos den enkelte aktør i branchen og et samarbejde på tværs af fødekæden. Uden et fælles branchefokus og en fælles indsats bliver konsekvensen af en åben dør det ene sted blot, at man møder en lukket i det næste led.

Næste skridt

Det er ikke rapportens ærinde at komme med konkrete anbefalinger til forskellige segmenter i branchen – og slet ikke at pege fingre ad andre eller kloge sig på deres vegne. Alligevel står det klart fra de mange interviews, at der er et ønske om og behov for forandring, og der tegner sig da også et par oplagte fokusområder i arbejdet fremover.

Først og fremmest er de seneste års opmærksomhed og debat i sig selv et kæmpe skridt i den rigtige retning, og det er helt afgørende, at dette fortsætter både på tværs af branchen og lokalt hos de enkelte aktører. Forhåbentlig kan denne og andre rapporter bidrage til at bringe samtalen videre.

Samtidig må det bekymre, når kvinderne beskriver en seksualiserende branche i en tid, hvor arbejdspladser i alle brancher er i gang med et opgør med grænseoverskridende adfærd. Der kan være mange årsager til, at musikbranchen virker særligt udsat, men der er ingen undskyldninger for, at alle aktører ikke tager et markant opgør med dette.

Parallelt ligger der et kulturelt opgør med stereotyper og vaner i en branche, der i så mange år har været domineret af mænd. Når udseende, roller og musiksmag bliver præget helt fra de tidlige år, kræver det en vedholdende indsats fra alle aktører at ændre på det.

Afdækningen af årsagerne kan give den første inspiration, ligesom der efterhånden er samlet masser af erfaring med, hvordan man gør op med ubevidst bias og undgår stereotyper. Om det skal ske gennem uddannelse, mål for repræsentation, særlige talentudviklingsforløb, kodekser eller andet,

må være op til branchen og det enkelte – det bør dog stå klart, at uden målrettet handling bevarer vi status quo.

Sidst men ikke mindst er det vigtigt at holde fast i, at der trods barrierer er mange stærke, succesfulde kvinder i den danske musikbranche, som også formår at bryde stereotyperne. Flere af dem har været med til at bidrage med erfaringer til denne undersøgelse, og vi skylder dem en dobbelt tak – både for at gå i front og for at stå frem.

Vi skylder dem også at lytte til nogle af deres egne forslag til næste skridt i opgøret med kønsbalancen og den sexistiske kultur i dansk musikliv. De kommer her, samlet under seks overskrifter:

1. Det skal starte tidligt

Der skal være opmærksomhed på kønsforskelle fra starten af musiklivet. Mere anerkendelse og opmuntring til pigerne til at tage andre roller i musiklokalet.

”Musiklærerne skal være bedre til at fordele rollerne og putte flere piger på instrumenterne. Det er jo en balancegang, for musik skal være lystdrevet, men det kunne være fedt, hvis instrumenterne blev lidt mere fordelt – så underviserne skal især huske at prikke til de unge piger, og lade dem vide, at de kan andet og mere end ’bare’ at blive sangerinder.”

”Musikskoler, efterskoler, gymnasier, som jo alle tilbyder musik, skal have fokus på at få kvinder ud at holde oplæg om sangskrivning, produktion m.m., så vi får inspireret nogle unge piger, gerne så tidligt som muligt. Helt ubevidst tænker man, at man ikke kan, fordi man ikke ser andre (af sit eget køn) gøre det.”

2. Hele musikbranchen og særligt gatekeepers har et særligt ansvar

”Festivalerne, spillestederne, pladeselskaberne og andre virksomheder i musikbranchen, der repræsenterer danske kunstnere og sangskrivere, skal snakke endnu mere om køn og gøre noget ved det.”

”Gatekeepere i hele den danske musikbranche skal

sætte knivskarpt fokus på at lukke flere kvinder ind, pushe dem i lige så høj grad, som de pusher mændene, og skabe nogle forbilleder, som den næste generation af popstjerner kan lade sig inspirere og motivere af – og de kunne bruge en mere feministisk overhaling. Med andre værdier og mere forståelse, plads og rummelighed.”

”Der er behov for flere kvindelige artister, sangskrivere, producere, medarbejdere, ledere mv. hele vejen rundt i musikbranchen. Det ville bløde op i drengeklubben. Det er så vigtigt med repræsentation, og at man kan se det lykkes for nogle andre end en selv. Men for at det kan lykkes, så bliver branchen nødt til at hyre nogle flere kvindelige gatekeepere, som kan være med til at tage beslutningerne. Jeg tror ikke, at mændene ser det samme potentiale i kvindelige musikere og artister, som kvinder gør.”

”Ansvaret ligger på alle, der har en ledelsesmæssig position i musikbranchen; de, der ansætter, skal være opmærksomme på diversitet som køn og faglig baggrund. Det burde være pligt for ledelsen at fokusere på 50/50.”

3. Tiltag, der skaber tryghed og mental trivsel

”Musikbranchen har en speciel festkultur. Der skal udarbejdes strammere kodeks for balancen mellem det sociale og det professionelle. Der skal defineres mere klare grænser.”

”Jeg ville ønske, at der var nogle branchefolk, som lavede en ’tillidsperson’ – ligesom man har en tillidsmand på en arbejdsplads.”

”Ligesom man har krisepsykologer eller hr-afdelinger på arbejdspladser, ville det være fantastisk også at have det til artister. At man havde et psykologforløb eller terapiforløb, så man kunne komme i kontakt med sig selv.”

4. Medier skal tage et ansvar for både sprog og repræsentation – ikke mindst DR

”I min optik har DR har et kæmpeansvar for at vise en bedre repræsentation af, hvordan kvindelige artister kan lyde og se ud.”

”DR har stor magt. Hvis DR begynder at fremme kvinderne i musikbranchen, tror jeg, det virkelig vil kunne ændre på noget i hele branchen. Især P3 er jo en stor spiller her. Jeg har på fornemmelsen, at hvis DR tager det første skridt, så vil andre aktører naturligt følge trop.”

”Medier og radioværter skal snakke ordentligt om kvinder, og ikke være med til at forstærke stereotyper eller konkurrence. Særligt DR skal være bevidste om sproget og arbejde med det; for eksempel sige bandets navn og ikke: ’Her er et kvindeband!’”

5. Møder med ligesindede og flere musikalske samarbejder

”Musikbevægelsen af 2019’ har gjort en kæmpe forskel og vist os alle sammen, at der er megamange af os og et fællesskab, som vi skal dyrke endnu mere.”

”Jeg kan mærke, at jeg bliver superinspireret af at tale med andre kvinder i branchen – både artister og musikbranchekvinder. Det er bare ikke så ofte, jeg kan komme til det. Det savner jeg mere af.”

”Kvinder skal være bedre til at støtte hinanden og bruge hinanden musikalsk. Hvis man ser på de største mandlige stjerner i Danmark, så samarbejder de – de ’feeder’ på hinandens succes. Ingen af de største kvindelige kunstnere er feature-kunstnere på hinandens musik.”

6. Steder at ’gå hen’ for at udvikle talentet og karrieren

”Hvis man gerne vil leve af musik, skal man være villig til at lære, udvikle sig og knokle. Men når der ikke er nogen steder, man kan gå hen og søge læring, så er det bare svært. Jeg har selv kæmpet meget med ikke at blive optaget på konservatoriet og savnet et sted, hvor jeg så kunne søge hen og klø på!”

”Der er brug for mere fokus på det udviklende arbejde, der ligger forinden en pladekontrakt eller en udgivelse. Mange kvindelige artister indfrier ikke deres fulde potentiale, fordi de ikke får den rigtige hjælp, den rigtige sparring eller det rigtige skub. Enten får de aldrig en kontrakt, eller også får

de en kontrakt, hvor de skal udgive musik lige nu og her, før de egentlig er klar."

"Et talent- og karriereudviklingsforløb for kvinder kan skabe gode fællesskaber, opbygge værktøjer og viden og introducere gatekeepers og branchefolk, så deltagerne kan lande godt og trygt i musikbranchen og være oplyste om, hvilken verden de kommer ud i. Indsigt i branchen og ballast vil gøre, at kvinderne kan 'stand their ground' vedrørende musikken og det kreative."



Kildeliste

- Aguiar, Luis, Waldfogel, & Joel. (2018). *Platforms, Promotion, and Product Discovery: Evidence from Spotify Playlists*. Seville: JRC Digital Economy Working Paper, No. 2018-04, European Commission, Joint Research Centre (JRC).
- Another Life Community. (2021). *Repræsentation i den danske musikbranche – på og bag scenen 2021*. Foreningen Another Life.
- Arbejdstilsynet. (2019). *Arbejdstilsynet*. Hentet fra Krænkende handlinger, herunder mobning og seksuel chikane. At vejledning 4.3.1: <https://at.dk/regler/at-vejledninger/kraenkende-handlinger-4-3-1>
- Bearman, Korobov, & Thorne. (2009). *The Fabric of Internalized Sexism*. Journal of Integrated Social Sciences.
- Birkelund, M. (2020). Kommentar: *Jeg har svigtet en kvindelig artist. Det må ikke ske igen*. Hentet fra Gaffa: <https://gaffa.dk/artikel/145416/kommentar-jeg-har-svigtet-en-kvindelig-artist-det-ma-ikke-ske-igen>
- Borchorst, A., & Agustín, L. (2017). *Seksuel chikane på arbejdspladsen: Faglige, politiske og retlige spor*. Aalborg Universitet. Hentet fra Borchorst, A. & Agustín, L.R. (2017). Seksuel chikane på arbejdspladsen: Faglige, politiske og retlige spor. Aalborg Universitet. https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/264775360/Seksuel_chikane_p_arbejdspladsen_Online.pdf
- Bruce, R., & Kemp, A. (2008). *Sex-stereotyping in Children's Preferences for Musical Instruments*. Cambridge University Press.
- Damvad Analytics. (u.d.). *Piger i Science, Technology, Engineering and Mathematic (STEM): Kortlægning af udfordringer inden for køn, ligestilling og uddannelse i Norden'*. 2016: DAMVAD ANALYTICS.
- Danmarks Statistik. (2019). *Kulturområdets uddannelse og beskæftigelse*. Hentet fra Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/kultur-og-fritid/kulturomraadets-uddannelse-oekonomi-og-beskaeftigelse/kulturomraadets-uddannelse-og-beskaeftigelse>
- Danmarks Statistik. (20. januar 2021). *Musikkoleelever samles om få instrumenter*. Hentet fra Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/nyt/GetPdf.aspx?cid=32376>
- Danmarks Statistik. (20. januar 2022). *Færre elever på musikskolerne i 2020/2021*. Hentet fra Danmarks Statistik: <https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/nyt/NytHtml?cid=36123>
- David, E. (2014). *What Is Internalized Oppression, and So What?* University of Alaska Anchorage.
- Den Store Danske. (2021). *Alderisme*. Hentet fra Den Store Danske: <https://denstoredanske.lex.dk/alderisme>
- DR Musiktjenester. 2021 Tal og statistik. Hentet fra DR Musiktjenester.
- Everyday Sexism Project Danmark. (2020). *Hvad er sexism?* Hentet fra <https://everydaysexismproject.dk/sexisme>
- Everynoise. (2022). Hentet fra Spotify Listening Patterns by Gender: https://everynoise.com/gender_tldr.html
- FBSA. (2021). *Vejen til større kønsdiversitet i byggebranchen: Analyse og anbefalinger fra Foreningen for Byggeriets Samfundsansvar (FBSA)*.
- Gramex. (2022). *Tal og statistik*. Hentet fra Gramex: <https://gramex.dk/om-gramex/tal-og-statistik>
- Johansen, B.S. (2019). *ÉN KÆMPE og mangfoldige lilleputter, Positioneringsmuligheder som minoritet i Danmark'*.
- KODA. (2021). *Uligheden i kønsbalancen fortsætter Kønsstatistik 2021*. KODA.
- Mahler, R., Voergård-Olesen, R., Birkedahl Scheel, S., & Søndergaard, K. (2020). *Knæk tonen – og koden for at få flere kvinder i it-faget*. Undersøgelse udarbejdet af KVINFO for PROSA. Prosa.
- Muhr, S.L. (2019). *Ledelse af køn – Hvordan kønsstereotyper former kvinders og mænds karrierer*. Djøf Forlag.
- Musikskolerne. (2017). *Musikskolerne i Danmark*. Kulturministeriet.
- Nielsen, T.C., & Roseberry, L. (2020). *Vidensmanual – Kunst og kultur i balance*. Kunst og Kultur i balance.
- Poulsen, A.M. (2021). *Vilde kvinder, mørke toner – om køn og musik*. Gads Forlag.
- Poulsen, Anya Mathilde. (2020). *Kønsdiversitet og fællesskaber for handling Et aktuelt billede af debatten om og arbejdet for en mere lige kønsrepræsentation i dansk musik med HUN SOLO som case*. Hentet fra Danish Musicology Online: https://www.danishmusicologyonline.dk/arkiv/arkiv_dmo/dmo_saer Nummer_2021/dmo_saer Nummer_2021_musikkens_faellesskaber_09.pdf
- Reestorff, C.M. (2020). *Grænseoverskridende adfærd. Diskrimination, chikane, uønsket seksuel opmærksomhed, vold og magtmisbrug i film-, tv- og scenekunstbranchen*. Aarhus Universitet.
- Retsinformation.dk. (2020). *Retsinformation*. Hentet fra Ligebehandlingsloven: <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=137042>
- Sarlvit, S. (2020). *The Persistent Glass Ceiling in The Danish Music Industry*. Copenhagen Business School.
- Undervisningsministeriet. (2017). *Rapport fra udvalget om Ligestilling i Dagtilbud og Uddannelse*. Undervisningsministeriet.
- Wind-Friis, L., Dalsgaard, M., Søndergaard, B., & Jensen, P. (2020). *Kvinder i dansk musik skal være unge og 'fuckable', og der må ikke være for mange af dem*. Politiken.

Bilag 1. Metode og baggrundsdata

Hovedfokus for undersøgelsen er danske kvindelige kunstnere, sangskrivere, musikere og producere inden for de såkaldte populærmusikalske genrer – fra pop til rock, hiphop og R&B.⁶⁸⁾ Undersøgelsen stiller skarpt på den kommercielle del af den danske musikbranche og på de kvindelige talenter og etablerede kunstnere, som enten har eller sigter efter en professionel musikkarriere med output i det brede mainstream-, radio- og chart-orienterede marked. Det er med andre ord ikke undersøgelsens ærinde at belyse udfordringer og barrierer for kvinder i alle dele af vækstlaget eller inden for alle genrer eller i alle afkroge af det alsidige musikliv.

Undersøgelsen definerer køn ud fra en normativ kønsopfattelse af mand/kvinde. Interviewpersonerne består således af personer, som overvejende identificerer sig som kvinder. Respondenterne i interviewundersøgelsen behandles som en samlet gruppe – men gruppen af respondenter indeholder både hvide og ikkehvide kvinder, forskellige kønsidentiteter og -udtryk, samt seksuel orientering. Det giver flere overlap i oplevelserne af barrierer end dem, der generelt optegnes i undersøgelsen. Eksempelvis kan musikbranchens barrierer være anderledes for en lesbisk kvinde, en brun kvinde eller en transkvinde. Og en brun eller en sort kvinde kan opleve både racisme og sexism, og de to kan påvirke hinanden.⁶⁹⁾

Undersøgelsen har ikke til formål at undersøge specifikke barrierer for samtlige minoritetsgrupper. Undersøgelsen anerkender ikke desto mindre vigtigheden af at arbejde intersektionelt⁷⁰⁾ og belyse måder, hvorpå den danske musikbranche bør tilgå det bredere arbejde med repræsentation, for at skabe forandring i de strukturer, som begrænser både kvinder og andre minoriserede personers muligheder for at deltage ligeværdigt i dansk musikliv. Foruden det intersektionelle perspektiv er vi opmærksomme på, at undersøgelsen med fordel kunne udvides til at inkludere musikbranchens mænd for et større sammenligningsgrundlag. Endvidere kunne

undersøgelsen styrkes yderligere ved at favne aktører fra flere af musikbranchens virksomheder eller dække mere repræsentativt med hensyn til alder.

Undersøgelsen metodiske grundlag
Metodisk bygger undersøgelsen på en række forskellige elementer, herunder:

Desk research Kvalitative interviews Fokusgruppeinterviews

Desk research

I undersøgelsens opstartsfasen blev foretaget en desk research af eksisterende litteratur, rapporter og øvrig empiri på området; herunder mediedækning samt igangværende initiativer til at fremme ligestilling i den danske musikbranche. Derudover er der indhentet datamateriale udarbejdet af danske musikbrancheorganisationer og DR selv. Data og tal er anvendt til at skitsere et aktuelt billede af kønsfordelingen i dansk musikliv (kapitel 2). Pointer fra litteratur og forskning anvendes undervejs i rapporten, i det omfang de supplerer interviewene med yderligere viden og perspektivering (kapitel 3 og 4).

Kvalitative interviews – metoden

Rapportens hoveddatagrundlag består af 75 dybdegående kvalitative interviews. Baggrunden for den kvalitative metode er et ønske om at opnå en dyb forståelse og indsigt i de bagvedliggende årsager til kønsbalancen i musikbranchen, frem for at kortlægge via kvantitative data. Kvalitative interviews gør det muligt at indfange flere nuancer og lag af respondenternes erfaringer, oplevelser af barrierer, samt hvilke konsekvenser de har for den enkelte. Med andre ord danner den kvalitative tilgang grundlag for en bred forståelse for problematikkerne med kønsbalancens kompleksitet.

Kvalitative interviews – målgrupper i fire kategorier

Interviewpersonerne dækker over udøvende og skabende kvindelige musikere på forskellige

68) Undersøgelsen behandler de populærmusikalske genrer samlet, men det anerkendes, at der kan være yderligere og særskilte barrierer, som knytter sig til en specifik genre.

69) Another Life Community, 2021: 'Repræsentation af minoriteter i den danske musikbranche – på og bag scenen'.

70) Intersektionalitet handler om at fokusere på flere former for undertrykkelse og diskrimination samtidig og forstå, hvordan de påvirker hinanden.

stadier i deres karrierer; fra talentlag til særdeles veletablerede kunstnere samt kvindelige musikbrancheaktører med vidt forskellige baggrunde og jobfunktioner, totalt set i alderen 18 til 48 år. Interviewpersonerne består af både udøvende og skabende kvindelige musikere på forskellige stadier i deres karrierer; fra vækst- og talentlag over særdeles veletablerede kunstnere og til kvinder, der ikke definerer sig som udøvende eller skabende, men som arbejder eller har arbejdet med de skabende og udøvende musikere og kunstnere i forskellige funktioner inden for musikbranchens virksomheder og organisationer – management, booking, pladeselskaber, musikforlag, musikformidling.⁷¹⁾

De 75 interviews er fordelt på fire målgrupper/kategorier:

Forbilleder: Etablerede kvindelige musikere, producere, sangskrivere og udøvende kunstnere på den danske og internationale musikscene, som alle har eller har haft det, man kan betegne som succesfulde karrierer i den danske og/eller den internationale musikbranche. I denne kategori har vi indsamlet 26 dybdegående interviews.

Talenter i den øverste del af vækstlaget (herefter kaldt talentlaget): Talentfulde kvindelige musikere, producere, sangskrivere og kunstnere 'på vej' (upcoming). Hovedparten i denne målgruppe har ambitioner om – eller befinder sig i starten af – en musikkarriere, over halvdelen har kommercielle samarbejdspartnere, har udgivet de første singler og spillet koncerter på mindre spillesteder og festivaler. I denne kategori har vi indsamlet 33 dybdegående interviews.

Det brede vækstlag: Typisk meget unge kvinder, der endnu ikke har besluttet sig for, om og hvor meget musikken skal fylde i deres liv, men som har helt friske erfaringer fra musikskole, gymnasie, efterskole eller højskole. I denne kategori har vi indsamlet 4 dybdegående interviews.

Musikbranchepersoner og -aktører: Kvinder, der arbejder i virksomheder og organisationer i musikbranchen. Respondenterne her inkluderer såvel studerende (mindretal) som etablerede musikbrancheaktører i musikbranchens forskellige typer af virksomheder – både små og store virksomheder inden for management, booking,

pladeselskab, musikforlag og musikformidling. I denne kategori har vi indsamlet 12 dybdegående interviews.

Udvælgelse af respondenter

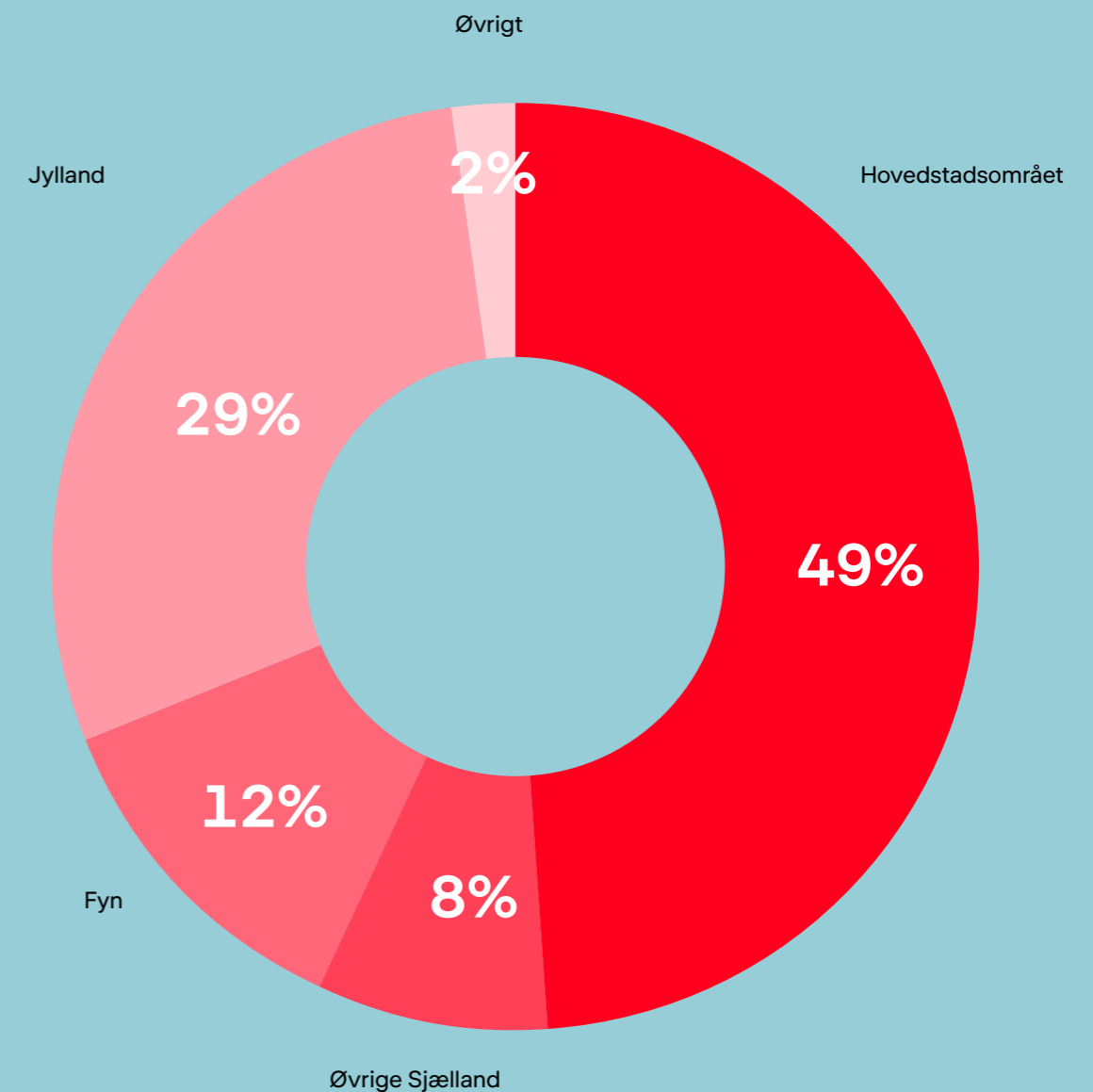
Indledningsvis blev der udarbejdet en bruttoliste på mere end 100 kvinder inden for de 4 målgrupper/kategorier, undersøgelsen fokuserer på. Input til bruttolisten kom fra en række musikkyndige og erfarne personer, som tilsammen har et stort kendskab til musikbranchens kunstnere og aktører – både nye og velkendte musiknavne og forskellige musikbrancheaktører. I den første håndfuld pilotinterview blev respondenterne desuden bedt om at anbefale andre potentielle interviewpersoner, som de mente var inden for de ønskede målgrupper. 100 potentielle respondenter blev herefter udvalgt og kontaktede, hvoraf 75 blev interviewet. De sidste 25 meldte fra af forskellige årsager eller svarede ikke på henvendelsen. Forbilleder blev udvalgt på baggrund af synlighed, aktualitet og deltagelse på diverse hitlister. Talentlaget blev udvalgt på baggrund af research i medier, i musikbranchevirksomhedernes 'kataloger' samt i egne netværk og er sammensat, så de dækker både instrumentalister og sangere, solister og bandmedlemmer, sangskrivere og producere. Nogle repræsenterer en blanding af flere funktioner. Det brede vækstlag er valgt med afsæt i vækstlagsprojekter og henvisninger fra samarbejdspartnere, og musikbranchekvinder blev valgt, så de repræsenterede erfaringer fra forskellige dele af musikbranchens virksomheder og funktioner.

Alle interviews er afholdt ved fysisk fremmøde eller digitalt i perioden maj til september 2021. Der blev brugt gennemsnitlig halvanden time pr. afholdt interview. Hovedparten af de afholdte interviews blev optaget og efterfølgende transskriberet.

Kvalitative interviews – baggrundsdata og karakteristik af målgrupper

Totalt set er vores 75 respondenter i alderen 18 til 48 år. Knap halvdelen af respondenterne er opvokset i hovedstadsområdet. Den anden halvdel er fra resten af landet, mens få respondenter er opvokset i udlandet. Hovedparten bor i dag i hovedstadsområdet.

Geografi



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.

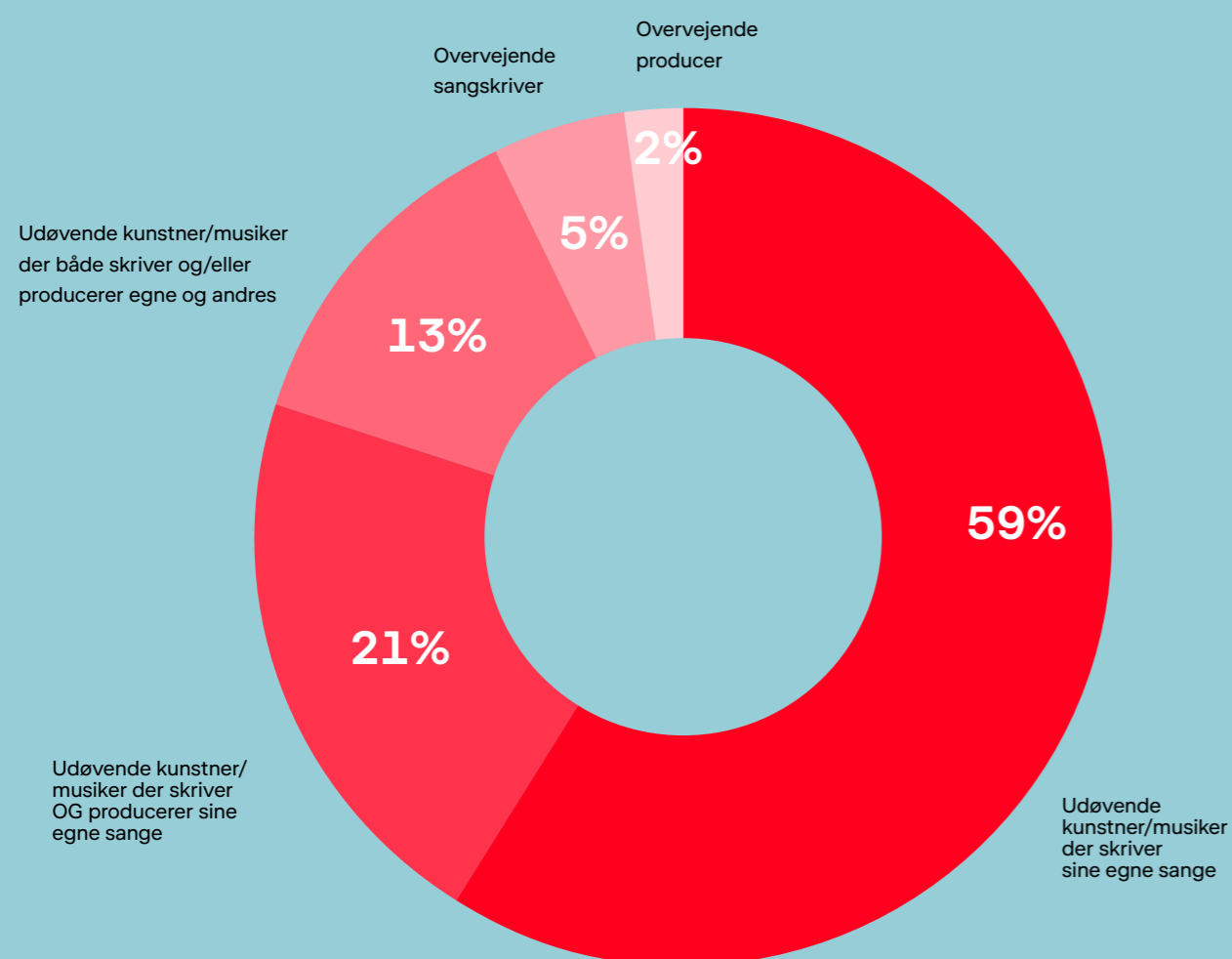
71) DR-medarbejdere er ikke interviewet som en del af undersøgelsen.

Størstedelen af interviewpersonerne er udøvende kunstnere/musikere, der skriver egne sange. En fjerdedel af interviewpersonerne er udøvende kunstnere/musikere, der skriver og producerer egne sange, mens en mindre del af interviewpersonerne er udøvende kunstnere/musikere, der skriver og/eller producerer egne sange og for andre kunstnere. En lille del af interviewpersonerne er overvejende producere eller overvejende sangskrivere.

I målgruppen talentlaget har lidt over halvdelen af interviewpersonerne en pladekontrakt og/eller en managementaftale. De resterende interviewpersoner i vækstlaget har ikke aktuelle samarbejder med den kommercielle musikbranche, men nogle har deltaget i projekter og/eller camps, har eget pladeselskab og udgiver selv eller andet. Blandt undersøgelsens forbilleder har knap 90 procent af interviewpersonerne én eller flere aktuelle samarbejder med den kommercielle musikbranche, herunder pladeselskab, booking, management og/eller publishing. En lille del af forbillederne har eget pladeselskab og udgiver således selv.

Figur 7

Musikalsk baggrund



Kilde: Interviews med 75 kvinder i dansk musikliv.

Interviewguide og behandling af kvalitative interviews

Alle 75 kvalitative interviews er afholdt efter den samme spørgeramme med åbne spørgsmål uden svarkategorier, designet til at afdække erfaringer, udfordringer, drømme, muligheder og behov – og derudover give input til fremtidige vækstlagstiltag⁷²). Interviewpersonerne modtog ikke spørgsmålene på forhånd, men modtog et kort visionsoplæg⁷³). Spørgerammen var inddelt i fem overskrifter, som præsenteret nedenfor:

1. Musikalsk udviklingsvej
2. Oplevelser og erfaringer med kønsbalance og ligestilling
3. Drømme, behov og ønsker
4. Input til vækstlagstiltag, herunder specifikt et talent- og karriereforløb
5. Om DR.

De forskellige målgrupper og funktioner i musikbranchen er blevet interviewet ud fra den samme spørgeramme. Spørgsmålene om drømme, behov og ønsker er blevet modificeret til henholdsvis talentlaget og forbillederne. Talentlaget er blevet spurgt om, hvad de drømmer om og oplever at de har behov for i dag, mens forbillederne er blevet spurgt ind til deres retrospektive oplevelser af, hvad de havde behov for, da de endnu ikke var slået igennem.

Interviewene har blandt andet givet mulighed for at belyse kvindernes oplevelser af forskellige typer barrierer og udfordringer, som har eller har haft betydning for deres forløb i musikbranchen. For hvert af de gennemførte interviews er foretaget en analyse af, hvilke barrierer der fremgår af den enkelte kvindes oplevelser i og med musikbranchen. Herefter er foretaget en tværgående analyse af temaer og mønstre, der grupperer de barrierer, der fremgår af kvindernes fortællinger.

Spørgsmål om DR er indarbejdet i den tværgående analyse. Kapitel 3 fremdrager de vigtigste indsigter fra den tværgående analyse, som underbygges af konkrete citater fra kvindernes individuelle fortællinger. Spørgsmålene om drømme, behov og ønsker er indarbejdet som et separat kapitel (kapitel 4).

⁷²) Se spørgeramme i bilag 3.

⁷³) Se visionsoplæg i bilag 2.

Fokusgruppeinterview

For at kvalificere læsningen af interviewdatagrundlaget og nogle af undersøgelsens findings er der gennemført et fokusgruppeinterview. Her deltog syv kvinder fra undersøgelsens målgruppe af talenter fra øverste del af vækstlaget, heriblandt fem udøvende kunstnere, en sangskriver og en producer. Formålet var at få uddybet og diskuteret udvalgte tematikker og paradokser fra de kvalitative enkeltinterviews. Endvidere var hensigten at få denne gruppe til at forholde sig yderligere til, hvordan et fremtidigt talent-karriereforløb (GOTCH) eventuelt kunne svare på målgruppens behov. Fokusgruppen havde en varighed af cirka tre timer, og en referent nedskrev løbende respondenternes udsagn.

Anonymitet

De medvirkende i både enkeltinterviews og i fokusgruppen er lovet fortrolighed og fuld anonymitet i rapporten. Alle respondenter har givet samtykke til, at ved brug af deres citater i rapporten angives deres kønsidentitet, alder og virke i musikbranchen. Såfremt elementer i deres citater kan kompromittere denne anonymitet, er dette fjernet fra citaterne. Disse forbehold er taget i ønsket om at sikre størst mulig åbenhed og tryghed i interviewet. Undersøgelsen ønsker at tegne et samlet og kollektivt billede af de barrierer og udfordringer, som danske kvindelige musikere og kunstnere oplever – og ikke fokus på enkeltindivider.

Ekspertgennemlæsning og feedback

En række eksterne konsulenter, som er eksperter inden for diversitet og kønsbalance, har haft rapporten til grundigt gennemsyn. Eksperterne har givet feedback på både specifikt indhold og rapporten som helhed. De har blandt andet hjulpet med at skærpe rapportens brug af teorier og begreber. Eksperternes feedback og kommentarer er så vidt muligt blevet indarbejdet i den færdige rapport. Eksperterne kan ikke holdes ansvarlige for rapportens indhold eller mulige fejl. De eksterne konsulenter er:

Heidi Rottbøll Andersen, forfatter, foredragsholder samt grundlægger, partner og direktør Living Intitute, ekspert i Diversity Intelligence, har arbejdet i både danske og internationale organisationer og virksomheder med at styrke kønsbalance, diversitet og inklusion

Anya Mathilde Poulsen, cand.mag. i medievidenskab og kønsstudier, medstifter af HUN SOLO, forfatter til fagbøgerne 'Feminint Forstærket' og 'Vilde Kvinder, Mørke toner'

Florence Villeseche, associate professor og ph.d. på Copenhagen Business School (CBS) samt academic director, CBS Diversity and Difference Platform

Moussa Mchangama, MA i moderne kultur og kulturformidling og medejer af rådgivningsvirksomheden In futurum

Rebekka Mahler, cand.scient.soc. med speciale i kønsforskning, specialkonsulent i videnscentret KVINFORM med fokus på sexismen.

Bilag 2: Visionsoplæg

Obs: Visionsoplægget blev sendt til deltagerne forud for interviewet. Oplægget er et udkast, og der tages forbehold for ændringer af indhold og målgruppe efter udviklingsproces med både målgruppe og musikbranchens aktører, som finder sted i foråret 2022 med afsæt i rapporten. Se desuden bilag 4, hvor undersøgelsens respondenter har forholdt sig til et talent- og karriereforløb (arbejdstitel: GOTCH).

Indledning

I 2021 introducerer DR og Bandakademiet et nyt samarbejde og pilotprojekt, som skal være med til at skubbe markant til kønsbalancen og øge diversiteten blandt fremtidens kunstnere og sangskrivere ved at sende endnu flere (debuterende) kvindelige talenter ud i æteren, på scenerne, hitlisterne og song credit-listerne. Udviklingen af pilotprojektet **GOTCH – GIRLS ON THE CHARTS** (arbejdstitel) er i gang. Det starter med en fælles undersøgelse og analyse. Dernæst udvikles et konkret forløb. Bandakademiet er ansvarlig for udvikling og gennemførelse af GOTCH, som DR bidrager til med deres viden og ekspertise.

Hvorfor GOTCH?

Der er stadigvæk, trods mange gode tiltag og debat, en alvorlig skævvridning af antallet af udøvende og skabende mænd og kvinder i den danske musikbranche i almindelighed og inden for populærmusikken i særdeleshed. Det gælder på de danske hitlister og radioernes og streamingtjenesternes playlister. Det gælder i antallet af kvindelige kunstnere på musikselskabernes og bookingvirksomhedernes roster og inden for bestemte genrer og funktioner som eksempelvis rap/hip hop og produktion, hvor kvinderne udgør en endnu større minoritet. Tendensen afspejles ligeledes i programmerne hos de danske festivaler og spillesteder, hvor der også er langt mellem de kvindelige kunstnere – særligt øverst på plakaten. Det afspejler sig også generelt i antallet af nomineringer til årets musikpriser. I musikbranchens toneangivende organer og virksomheder er der ligeledes langt mellem kvinder

i ledende stillinger. Erfaringerne fra projekter som Karrierekanonen, Urban Grrls og Bandakademiets Music Maker camps er, at de kvindelige talenter i høj grad er til stede, og at de er nøjagtig lige så dygtige og ambitiøse som mændene, men at vi går glip af et stort potentiale, fordi mange af de talentfulde kvinder tjekker tidligt ud, giver op på vejen eller finder alternative, mindre karrierefokuserede veje. Der er for mange forhindringer og for meget modstand på vejen, en række indlejrede strukturer og dynamikker i branchen, som påvirker kvinders muligheder for at slå igennem, for få rollemodeller til at motivere og inspirere og for få tilbud og netværk, der kan understøtte og udvikle kvindelige artister og sangskriveres karriere.

Lige nu oplever vi samtidig kimen til et opbrud i gamle strukturer, vilje til refleksion og ny bevidsthed i musikbranchen om, at der må forandringer til. I alle positioner og ender af musiklivet. Det er DR's og Bandakademiets ønske, at kvindelige musiktalenter, der overvejer en karriere inden for populærmusikken, inden for de næste 10 år kan spejle sig i lige så mange dygtige og synlige kvinder i musikbranchen som mandlige ditto.

Vision

Bandakademiet og DR ønsker at arbejde med på en større samfundsmæssig vision om mere ligestilling og kønsbalance i den danske musikbranche. Vi vil være med til at skabe en bølge af nye kvindelige stemmer inden for populærmusikken; kvinder som producerer nogle af de store danske hits, kvinder, som er succesfulde kunstnere i toppen af dansk musik, eller som er sangskrivere bag tidens populære musik.

Mål

DR og Bandakademiet igangsætter derfor et pilotprojekt, der har ambitionen om at blive Danmarks stærkeste talentudviklings- og karriereplatform og netværk – som skal være med til at støbe fundamentet for fremtidens største kvindelige, skabende og udøvende kunstnere, sangskrivere og/eller producere. Indsatsen er blandt andet baseret på Bandakademiets metoder, praksis og erfaring – og en videreudvikling af denne.

Bandakademiets mål er, at der i løbet af de næste 5 år er lige så mange kvindelige som mandlige

debuterende kunstnere og sangskrivere/producere i den danske musikbranche. Og at 40 procent af de kvinder, der er igennem Bandakademiets forløb, får etableret en succesfuld og bæredygtig karriere. DR har et klart defineret mål om, at DR skal spille flere og redaktionelt dække flere kvinder i musik. Ikke kun på radio, men også på andre platforme DR råder over. For at opnå dette mål skal udbuddet af kvindelige artister/bands/producere/musikere være langt større, end det er nu. DR ønsker at støtte initiativer, der kan være med til at fremme denne udvikling og støtte den kvindelige talentmasse, og dermed opnå større udbud af kvinder i dansk musikliv

Målgruppe

GOTCH er umiddelbart målrettet det øverste talentniveau, en ny elite af talentfulde, kvindelige kunstnere, sangskrivere og producere, da det er her, der for alvor skal sættes ind for at påvirke kønsbalancen og skabe reel ligestilling og forbilleder for talentfulde kvinder med en drøm om en fremtid i musik.

Tanker om forløb og metode

GOTCH bliver et ambitiøst forløb for et ikke nærmere defineret antal kvinder om året. Forløbet tænkes inddelt i et grundforløb for alle talenter på 6 måneder og et individuelt og skræddersyet forløb, hvis varighed afhænger af talenternes behov, på 3-6 måneder. Bandakademiet vil gerne sikre de kvindelige talenter muligheden for at blive klar både mentalt, kunstnerisk og forretningsmæssigt. Forløbet skal sikre, at talentet starter sin karriere godt op ud fra devisen og metoden '**ready, aim, fire**'. Derfor arbejdes med en tretrinsskridt i vores forløb og med princippet om, at talentet skal kunne udvikle sig i et 'lukket og sikkert værksted' med uvildig sparring og rådgivning, samtidig med at de testes og trykprøves i samarbejde med eksterne fagprofessionelle og branchefolk fra musikindustrien. Sidste fase af forløbet handler om at etablere sig i det karriereset-up, der giver mest mening for det enkelte talent – og på almindelige markedsvilkår.

Fokusområder i forløbet kan være: sangskrivning og produktion, stage performance, formidling af musikken live ('ekstern kapelmester'), kommunikation, branchekendskab,

netværksmuligheder og -færdigheder, økonomi, jura, strategi, forventningsafstemning internt i grupper, mental coaching og træning.

Vi vil samtidig være med til at bygge et nationalt netværk af talentfulde kvindelige artister, sangskrivere og producere på tværs af Danmark, der kan inspirere og støtte hinanden og samtidig være forbilleder for næste generation. Det giver selvtillid og handlekraft at være del af et netværk og et miljø, hvor man kan spejle sig, sparre og få opbakning til at udfolde talentet. Og hvor man også kan møde og diskutere væsentlige temaer med den etablerede musikbranche og musikindustri, som i sidste ende er dem, der skal aftage talenterne. GOTCH etablerer desuden et advisory board af blandt andet branchefolk, som skal være med til at udvikle og løfte projektet.

Rekruttering og udvælgelse

Rekrutterings- og udvælgelsesmodellen er under overvejelse. Der arbejdes med forskellige scenarier og modeller. De omfatter både åben tilmelding, hvor alle, der mener, de er kvalificerede, kan søge, og/eller indstilling af navne via samarbejdspartnere og virksomheder/organisationer i musikbranchen. Den åbne tilmelding kan foregå via egne og/eller partneres platforme. Deltagerne i projektet udvælges sandsynligvis i en tredelt optagelsesproces med både fagpersoner og branche.

Samarbejdspartnere

Bandakademiet og DR ønsker at søsætte en indsats, der får gennemslagskraft i det danske musikliv, og som skaber resultater for sine talenter. Det kræver volumen både ressourcemæssigt og organisatorisk. Derfor skal indsatsen også gerne have flere væsentlige samarbejdspartnere i projektet. Det kunne for eksempel være Dansk Live, Koda, ROSA, DJBFA og andre relevante musikorganisationer og offentlige samarbejdspartnere som eksempelvis Alle Tiders Musikby Roskilde og Kulturmetropolen.

Om Bandakademiet, Roskilde

Bandakademiet står bag karriererådgivning og talentudvikling af de største talenter inden for populærmusikken i Danmark. Mere specifikt

talenter, der skriver og producerer originalmusik og/eller er udøvende i eget navn, og som har potentialet til at etablere bæredygtige karrierer – både kunstnerisk og kommercielt. Bandakademiet i Roskilde har igennem 15 år været pionerer inden for talent- og karriereudvikling – og har opbygget metoder, praksis og erfaring med talentudvikling for eliten, der virker og skaber resultater. Således har Bandakademiet igennem forskellige projekter og indsatser i løbet af de sidste 15 år spillet en afgørende rolle for opstarten af en lang række kunstnerkarrierer for bands og solister, heriblandt The Minds of 99, Djämes Braun, Benal, Katinka, Patina og Tessa (gennem samarbejdet med Urban Grrls).

Om DR

Som kulturformidlende og kulturskabende public service-institution har DR det som en af sine kerneopgaver at stimulere og skabe synlighed omkring dansk musikliv, stille dansk musik og musikprogrammer til rådighed samt fremme dansk musik med en mangfoldig musikprofil. Med radiokanalerne P1, P2, P3, P4, P5, P6 Beat og P8 Jazz udgør DR's radiotilbud en markant del af danskernes radiolytning og er for mange danskere fortsat en væsentlig kilde til opdagelse af ny musik. Ud over musikken spillet på DR's radiokanaler dækker DR musikområdet via DR's egne kor og ensembler, koncerter i DR's koncerthus, diverse musikevents som eksempelvis Karrierekanonon og Dansk Melodi Grandprix samt redaktionel musikdækning på henholdsvis tv, podcast og dr.dk.

Bilag 3: Spørgeramme

Obs: De forskellige målgrupper og funktioner i musikbranchen er blevet interviewet ud fra den samme spørgeramme. Spørgsmålene om drømme, behov og ønsker er blevet modificeret til henholdsvis talentlaget og forbillederne. Talentlaget er blevet spurgt om, hvad de drømmer om og oplever at de har behov for i dag, mens forbillederne er blevet spurgt ind til deres retrospektive oplevelser af, hvad de havde behov for, da de endnu ikke var slået igennem.

Baggrund:

1. Hvor gammel er du?
2. Hvor bor du? Hvor kommer du fra oprindeligt?
3. Hvad er din stilling? Funktion? Jobtitel?
4. Hvilket instrument (er)
5. Hvad er din uddannelse?
6. Branchesamarbejder og/eller erfaringer (pladeselskab, booking, management, forlag)?

Om kønsbalance og forskelle

7. Fortæl om din vej ind i musikken? Hvad satte dig i gang, hvem/hvad var inspirationen? Oplevede du kønsforskelle dengang – i musikskole, efterskole, højskole?
8. Hvordan oplever du generelt forskellen mellem at være mand eller kvinde i musikbranchen?
9. Oplever du, at du har særlige udfordringer, fordi du er kvindelig kunstner/musiker/musikbrancheperson? Hvordan oplever du det?
10. Oplever du, at du har særlige muligheder, fordi du er kvindelig kunstner/musiker/musikbrancheperson? Hvordan oplever du det?
11. Hvad er det værste, du har oplevet ved at være kvinde i musikbranchen, eller som du har bevidnet – hvis du har lyst til at dele det?
12. Har du oplevet, helt konkret, at mænd har det lettere, eller har de det sværere, fordi de er mænd? Hvordan har du oplevet det?
13. Oplever du, at du laver om på dig selv (har lavet om på dig selv) for at passe ind? Hvordan? Kan du give eksempler?
14. Hvad skulle nogen have gjort anderledes, for at gøre det lettere for dig som kvindelig xx?
15. Hvem skulle have gjort det? Hvornår i din

musikalske løbebane skulle de have gjort det? Hvad ville det have betydet for dig?

16. Hvad kunne du selv have gjort?
17. Hvis der en dag er ligestilling i den danske musikbranche – hvem er så de primære aktører, der har fået det til at ske? – Og hvad gjorde de?

Om dine drømme, udvikling og, karrierebehov, ønsker og barriere

18. Hvad er dine drømme, og hvad skal der til for at få dem til at gå i opfyldelse? Til forbilleder: Hvad var dine drømme, da du var ungt talent? Hvad var afgørende for, at dine drømme gik i opfyldelse/ikke gik i opfyldelse? (Kun til målgruppe og forbilleder)
19. Hvad savner du (lige nu eller dengang) for at udvikle dit talent til en karriere? Til branchefolk: Hvad mener du at målgruppen – talentfulde kvindelige kunstnere, sangskrivere og producere – har brug for at udvikle deres talent til en karriere?
20. Hvad oplever du kan stå i vejen for, at du kommer videre i din udvikling og karriere? Det kan være barriere hos dig selv, modstand fra andre, tilbud, der ikke er der, livssituationen generelt mv.?
21. Hvis du ikke er aktiv med din musik (om 10 år) – hvis du har givet op – hvad var så årsagen til, at det skete?

Om talent- og karriereudviklingsforløbet – arbejdstitel: GOTCH

22. Hvordan kunne et projekt som GOTCH gøre en forskel?
23. Hvad er fordele og ulemper med et projekt som GOTCH, som er målrettet kvinder alene? Hvad mener du vi skal være opmærksomme på?
24. Hvilke andre samarbejdspartnere synes du er relevante i et projekt som dette? Hvem vil du gerne selv møde af branchefolk, fagfolk, musikkyndige etc.? (Til målgruppen)
25. Hvad skulle få dig til at være med i et projekt og forløb som GOTCH?
26. Hvad kunne afholde dig fra at være med i et projekt og forløb som GOTCH?

Om DR

27. Hvis du i dit musikalske virke som en del i den danske musikbranche har "mødt" DR, hvordan oplevede du så DR?
28. Hvilken rolle mener du at DR bør spille i en ligestillingsdebat?
29. Hvad kan DR gøre for at hjælpe flere kvindelige kunstnere på vej?

Øvrige spørgsmål

30. Må vi kontakte dig igen?
31. Har du eventuelt lyst til at deltage i en workshop (kun til målgruppen) Til branchen fagpanel/advisory board?
32. Hvordan var det at være med i interviewet? Om emnet, formen/rammen (relevante spørgsmål) og om interviewpersonen – og hvis følelsesmæssig reaktion: Har du brug for at tale med en om det? Har du en, du kan tale med om det? Hvis nej tilbyder tilbydes samtaler med terapeut.

Bilag 4: Talent- og karriereforløb for kvinder i talentlaget

Et talent- og karriereudviklingsforløb for kvinder kan skabe gode fællesskaber, opbygge værktøjer og viden og introducere gatekeepers og branchefolk, så deltagerne kan lande godt og trygt i musikbranchen og være oplyste om, hvilken verden de kommer ud i. Indsigt i branchen og ballast vil gøre, at kvinderne kan 'stand their ground' vedrørende musikken og det kreative.

– *brancheprofessionel fra undersøgelsen.*

Med rapportens konklusioner som fundament er det i første omgang ambitionen for Bandakademiet at tilrettelægge et nyt, årligt talent- og karriereudviklingsforløb for blandt andet at styrke det kvindelige talentvækstlag (arbejdstitel GOTCH: Girls on The Charts). Det skal ske i samarbejde med blandt andre DR – med inspiration i det succesfulde samarbejde og forløb i KarriereKanonen. I det følgende opsummeres en række anslag til, om og hvordan et talent- og karriereudviklingsforløb kan medvirke til at styrke vækstlaget af kvindelige musikere, sangskrivere, producere og kunstnere, og hvilke udfordringer og muligheder der er i et sådant forløb. Forløbet skal ses som en lille del af en forhåbentlig større række af initiativer og tiltag på tværs af musikbranchen. Forløbet udvikles i løbet af foråret sammen med kvindelige talenter

og etablerede kunstnere – og i samarbejde med væsentlige aktører i den danske musikbranche.

En af anbefalingerne i rapporten er, at det giver mening at sætte ind med indsats i talentlaget af kvinder, der ønsker at leve af musikken, og som er på vej til at træde ind i den professionelle del af branchen. Der er ifølge flere af interviewpersonerne blandt andet brug for tiltag, der kan give dem værktøjer og fællesskab, som styrker deres muligheder og potentiale. Talentet er der. Potentialet skal have plads og muligheder for at udvikle sig. Der er mange forhindringer og modstand på vejen, en række indlejrede strukturer i musikbranchen, som påvirker kvinders muligheder for at slå igennem, finde rollemodeller og få tilbud og netværk, der kan understøtte og udvikle kvindelige kunstnere og sangskriveres karriere.

Interviewrespondenterne modtog inden deres interview et kort visionsoplæg om et potentielt talent- og karriereudviklingsforløb målrettet kvindelige musikere, sangskrivere, producere og kunstnere i den øverste del af talentlaget (bilag 2). Med afsæt i visionsoplægget blev respondenterne

spurgte om, hvorvidt de mener, et talent- og karriereudviklingsforløb kan medvirke til at styrke vækstlaget af kvindelige musikere, sangskrivere, producere og kunstnere, og hvordan det eventuelt kan gøre en forskel for målgruppen, samt hvilket outcome målgruppen forestiller sig (og ønsker sig) at få ud af et sådant forløb.

“Jeg vil rigtig gerne vil være en del af forløbet med mit nye kunstnerprojekt. Det lyder som et helt vildt sejt forløb, og jeg ville elske at være med. Jeg ved godt, I nok ikke er der endnu, hvor I vælger deltagere, men jeg har lært, at man skal bede om det, man gerne vil have – så det gør jeg :)” – respondent fra talentlaget.

Interviewpersonerne på tværs af alle respondentkategorier synes generelt, at en indsats målrettet kvinder er en god idé og en attraktiv mulighed. Hovedparten af de adspurgte kvinder fra målgruppen gav umiddelbart indtryk af, at det ville være noget, de gerne vil være en del af, og som ville gøre en forskel for dem og deres karrierer, hvis forløbet tilrettelægges som et forløb med en høj faglig profil og et ambitiøst og eksklusivt indhold og mål.

Jeg tror, at et talent- og karriereforløb kan gøre en forskel for kvindelige kunstnere ved at booste deres selvværd og ego – lære dem, at de gerne må have ambitioner og være skråsikre på deres kunstneriske jeg.

– *forbillede*

På tværs af respondentkategorierne var der enighed om, at et talent- og karriereudviklingsforløb skal klæde kvinderne på til at begå sig endnu bedre i branchen, end de gør i dag, og styrke deres iboende selvtillid og tro på eget talent – med musikken og karrieren i fokus. Det skal – ifølge respondenterne – ske gennem en buket af forskellige elementer såsom udvikling af færdigheder og kompetencer i et trygt og fagligt tårnhøjt niveau, viden om og netværk til branchen, netværk og karrierefællesskab og sparring med ligesindede samt individuel rådgivning. Et talent- og karriereudviklingsforløb målrettet kvinder skal have fokus på at hjælpe kvinderne frem mod en professionel karriere. Mange understreger, at det skal være ambitiøst og frem for alt tage udgangspunkt i deltagernes talent og evne, og at det 'endelig ikke' må blive en kønspolitisk bevægelse, et kønsidentitetsprojekt, noget, som positionerer kvinderne som ofre eller stakler i en mandsdomineret verden.

“Jeg tror, at et talent- og karriereforløb kan gøre en forskel ved at bringe kvinder sammen og vise, at det ikke er en konkurrence, men at man sagtens kan arbejde sammen og sparre med hinanden. Den

generation, der er af kvinder nu, er allerede meget bedre end den tidligere. Men der er jo stadigvæk mange kvinder, der 'hater' på hinanden. Jeg tror, der kommer mange gode samarbejder ud af forløbet og i det hele taget bare god musik.”

Nogle respondenter udtrykker en bekymring for, om det at deltage i et initiativ for kvinder kan være med til at marginalisere dem yderligere eller stemple dem negativt som en del af 'kvindeklubben'. På

den ene side mener de, det er en god idé med et udviklingsforløb for ligesindede, hvor man kan tilegne sig visse kompetencer og værktøjer i et trygt rum. På den anden side har de ikke lyst til, at kvinder som en gruppe skal defineres som noget særligt, som en svag gruppe, der skal hjælpes for at komme frem. Det er en interessant indvending. Mænd har i generationer dyrket 'mandeklubber' og 'mandefællesskaber', men når kvinder gør det, opfattes det (også af kvinderne selv) som problematisk, svagt eller ynkværdigt.

Brancheperson: “Der sker bare noget, når der kun er kvinder til stede – de tør alt muligt. Så snart du introducerer en mand i rummet, så sætter pigerne sig ned på stolene bagerst og forventer, at han sætter sig op på producerstolen forrest. Så jeg kan godt se fidusen i at skabe et rum kun for kvinder. Min antagelse er, at sådan et tiltag ville have godt af, at man lægger ud med et intenst forløb i et lukket safe space, men så stille og roligt introducerer ting fra den virkelige verden; sender pigerne ud på missioner; ind på labels i songwriting sessions eller sådan noget. Altså, de skal jo serveres for løverne på et eller andet tidspunkt. Så det må ikke blive for lukket et værksted.”

Enkelte respondenter peger på begrebet 'fix the women' fra forskningslitteraturen (Ely & Meyerson, 2000). Dette perspektiv opstod i 1980'erne, da kvinder for alvor begyndte at bevæge sig op i virksomhederne, men hvor de også mødte voldsom modstand og barrierer på deres vej mod ledelsesgangene. I første omgang mente man, at problemet var kvindernes, ikke organisationernes: Hvis kvinder ville konkurrere på lige fod med mænd, så måtte de lære at være mere som mændene;

påtage sig maskuline kompetencer og værdier. Kvinder skulle med andre ord 'fikses' for at passe ind. Og hvis de blev det, lød argumentet, ville de også have lige muligheder.

Forbillede: "Det handler ikke om, at deltagerne er kvinder, men at de er PISSEgode. Det er jo igen det her med at få opdraget hinanden til at være ambitiøse og turde sige det. Et talent- og karriereudviklingsforløb for kvinder er ikke uambitiøst, bare fordi det kun er for kvinder. Og det tror jeg sådan set heller ikke at branchefolk ville synes. Fordi de ved godt, der er pissemeget talent derude, de tør måske bare ikke lige satse på det, før det har fået et blue print?"

Et af problemerne ved at omtale kvinderne som nogle, der skal fikses og hjælpes, bliver dog, at de som gruppe konstrueres som svage, usikre og mindre kvalificerede, og derfor skal hjælpes., Således er et argument imod et talentforløb for kvinder, at initiativer for kvinder er med til at reproducere den allerede eksisterende stereotyp om, at kvinder skal hjælpes og ikke er stærke eller dygtige nok i forvejen. Det er et stærkt opmærksomhedspunkt. Forløbet er ikke tænkt som et fix-the-woman projekt. Det skal være en eksklusiv forlomme og stærkt karrierefælleskab med indbyggede fordele og med tæt kontakt og samarbejde helt ind i afsætningsleddet i musikbranchen. Det handler ikke om at 'stable de svage kvinder' op, men om at opbygge og stimulere de ressourcer og det store talent, der allerede er der!

En brancheprofessionel om forløbets instruktører og fagpersoner: "Jeg tænker også, at der skal være nogle mandlige fagpersoner og eksperter for at undgå den der totale kvindekлубstemning. Også fordi vi skal forholde os til realiteterne, og der er jo bare vildt mange mænd i musikbranchen."

Det er alt sammen vigtige opmærksomhedspunkter, som indarbejdes i videreudviklingen af et talent- og karriereforløb, hvor målgruppen er kvinder. Det skal udformes således, at det dækker behovet for at støtte og udvikle kvindelige talenter, men uden at markere kvinder i musikbranchen som nogle, der har brug for hjælp, eller som handicappede.

🎵 Det er essentielt, at deltagerne i et talent- og karriereudviklingsforløb (også) bliver mødt på et individuelt plan og bliver præsenteret for forskellige instruktører, fag- og branchepersoner, scenarier og rollemodeller, så de ikke sidder tilbage med en oplevelse af, at der kun er én måde at gøre det på. I skal skabe en 'divers' profil for dem at tænke i. Der er ikke en 'one fits all'-model til at blive popstjerne.

– forbillede.

Målgruppen og forløbets indhold er stadig helt åbent. Blandt andet er alder et vigtigt punkt i udviklingsprocessen for ikke at ende med at blive ramt af egen bias.

Et forbillede om alder hos deltagerne i forløbet: "Der skal ikke være en aldersgrænse. Er fokus kun på de helt unge, er I med til at presse os kvinder i musikbranchen og reproducere ageism."