



AKADEMIN FÖR UTBILDNING OCH EKONOMI
Avdelningen för humaniora

Mediet i mediet

Vinylskivan och återkomstens medialisering

Stefan Englund

2017

Examensarbete, Grundnivå (kandidatexamen), 15 hp
Medie- och kommunikationsvetenskap
Informatörsprogrammet
Medie- och kommunikationsvetenskap C (61–90) 30 hp

Handledare: Per Vesterlund
Examinator: Eva Åsén Ekstrand

Sammanfattning

I en tid av intensiv digitalisering har försäljningen av vinylskivor ökat kraftigt sedan 2007. Det framgår tydligt i statistik, samtida forskning och medierapportering att det skett en omvärdering av det *gamla* analoga mediet. Syftet med denna studie är att med ett mediehistoriskt avstamp sätta vinylskivan som fysiskt medium i dagens historiska kontext. Detta genom att undersöka tryckta mediers representation av vinylskivan. Studien stödjer sig i huvudsak mot sociokulturell forskning av Dominik Bartmanski & Ian Woodward och John Davis samt Jonathan Sternes mediehistoriska perspektiv.

På vilka sätt beskrivs vinylskivan i svensk tryckt press idag? Vilka egenskaper tillskriver medierepresentationen vinylskivan? Med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys har teman och mönster identifierats i de artiklar som publicerats i Aftonbladet och Expressen under perioden 2014–2016. Analysen av vinylskivans mediala representation påvisar exklusivitet vad det gäller upplevelse, ekonomiskt värde och kunskap. Den mediala representationen förstärker vinylskivan som en bärare av kulturellt värde för en medium-baserad subkultur.

Titel: Mediet i mediet – Vinylskivan och återkomstens medialisering.

Författare: Stefan Englund

Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap (61–90) 30 hp

Handledare: Per Vesterlund

Examinator: Eva Åsén Ekstrand

Sökord: Vinyl, digitalisering, mediehistoria, representation, kvällstidning, nya medier, gamla medier.

Abstract

In a time of intense digitization, sales of vinyl records have increased since 2007. It is clear in statistics, contemporary research and media reporting that a reevaluation of the old analogue media has been made. The purpose of this study is to put the vinyl record as a physical medium in today's historical context from a media-historical perspective. This by studying the representation of the vinyl record in printed Swedish media. This study relies on socio-cultural research by Dominik Bartmanski & Ian Woodward and John Davis, as well as Jonathan Sterne's media-historical perspective.

In what way does the Swedish printed press describe the vinyl record today? What characteristics are used in the description? By using a qualitative content analysis, themes and patterns have been identified in the articles published in the Aftonbladet and Expressen during the period of 2014–2016. The analysis of the media representation of the vinyl record refers to exclusivity in terms of experience, financial value and knowledge. The media representation reinforces the vinyl record as a carrier of cultural value for a medium-based subculture.

Title: The Media in the Media – The Vinyl Record and The Medialization of its Return.

Author: Stefan Englund

Course: Media and Communication Studies (61–90) 30 credits

Supervisor: Per Vesterlund

Examiner: Eva Åsén Ekstrand

Keywords: Vinyl, digitization, media history, representation, evening paper, new media, old media.

Innehåll

Inledning.....	1
Syfte.....	1
Frågeställningar	2
Tidigare forskning	2
Teoretiska utgångspunkter.....	3
Mediehistoriskt perspektiv	4
Introduktionen	4
Etableringen.....	5
Föråldringen.....	5
Ut med det gamla, in med det nya - Digitaliseringen.....	6
Omstruktureringen av föråldrade objekt.....	8
Medierad medvetenhet	9
Material och avgränsning	10
Metod.....	10
Urval och tillvägagångssätt	11
Analys	13
1: Digitalisering	13
2: Popularitet.....	15
3: Egenskaper	17
4: Hängivenhet.....	20
5: Ekonomiskt värde	21
Resultatdiskussion	23
Sammanfattning.....	28
Förslag på fortsatt forskning.....	29
Referenser.....	30
Bilaga 1 – Lista över undersökt material.....	32

Inledning

Som vanligt tog jag omvägen hem för att stanna till hos den lokala skivbutiken. Där inne möttes jag av en irriterad butiksägare uttrycka ”Jag blir så trött på folk som läser i tidningarna att vinylskivor är värda pengar och som kommer in och tror allting är värt guld”. På vägen hem funderade jag över vad tidningarna egentligen skriver om det ökade intresset för vinylskivor? Vilken bild av vinylkulturen är det som målas upp?

År 2006 var vinylskivan näst intill utrotad som ljudteknologi, digitaliseringen hade fokuserat lyssnandets praktiker till internet. Enligt statistik från IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) har försäljningen av vinylskivor ökar kraftigt sedan 2007 (Bartmanski & Woodward, 2015; Sarpong, et al., 2015). Ser vi till den svenska marknaden visar siffrorna på samma tendens. 2014 minskade den fysiska försäljningen av musik med 33,8% men vinylförsäljningen ökade med 45,6 % jämfört med 2013. 2015 ökade vinylförsäljningen med 54,3% och 2016 hade vinylförsäljningen ytterligare ökat med 38,7% (IFPI Sverige, 2014; 2015; 2016). Det måste påpekas att detta är försäljningssiffror för ny tillverkade skivor, handeln med begagnade skivor finns inte i siffror. Under det senaste decenniet har det ökade intresset för vinylskivan och dess renässans uppmärksammas av bland annat svensk tryckt press.

Syfte

Genom sociokulturell forskning går det idag att identifiera de materiella, kulturella och sociologiska teman och egenskaper som omger vinylskivan och dess historia. Att det skett en omvärdering av det *gamla* mediet är tydligt i statistik, senare års forskning och inte minst rapporteringen i media. En studie av detta slag har svårt att helt bortse från frågan om vilka orsaker det finns till den ökade populariteten men i detta fall är det endast en bifråga.

Syftet med denna studie är att med ett mediehistoriskt avstamp sätta vinylskivan som fysiskt medium i dagens historiska kontext. Genom att undersöka tryckta nyhetsmediers representation av vinylskivan ämnar denna studie identifiera mönster och teman, samt skapa en förståelse för hur vinylskivan aktualiseras i dagens medielandskap.

Frågeställningar

- På vilka sätt beskrivs vinylskivan i svensk tryckt press idag?
 - Vilka teman återfinns i medierepresentationen?
 - Vilka egenskaper tillskriver medierepresentationen vinylskivan?

Tidigare forskning

Det finns en del forskning kring vinylskivan; några av de mer omfattade studierna är *Wax Trash and Vinyl Treasures: Record collecting As a Social Practice* (Shuker, 2010), *American on Record: A History of Recorded Sound* (Millard, 2005) och *Vinyl: The Analogue Record in the Digital Age* (Bartmanski & Woodward, 2015). Dessa är exempel på sociokulturella studier som omfattar mediehistoria, medieteknologier, materiella kulturer och sociala praktiker.

Denna studie har dessa studier som fundament till teoretiseringen kring vinylskivans kulturella omfång.

Andra studier av mer specificerad karaktär är *Going Analog: Vinylphiles and Consumption of the "Obsolete" Vinyl Record* (Davis, 2007), *Popular Music and Materiality: Memorabilia and Memory Traces* (Bennett & Rogers, 2016), *Passion and nostalgia in generational media experience* (Bolin, 2015) och *'It kind of gives you that vintage feel': Vinyl Records and the Tropes of Death* (Biddinger & Chivers Yochim, 2008). Dessa studier fokuserar på sociologiska aspekter, individers relation till medier i allmänhet och vinylskivan i synnerhet.

'Vinyl never say die': The re-incarnation, adoption and diffusion of retro-technologies (Sarpong, et al., 2015) och *When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization* (Magaudda, 2011) är studier med inriktning på teknologi och materialisering i förändring. *Information behaviour of music record collectors* (Margree, et al., 2014) är den enda studie som närmar sig *medier* och *mediet*; men fortfarande en bit ifrån denna studies syfte.

Gemensamt för flera av ovanstående studier är att de undersöker den publik och de användare som redan introducerats för vinylskivan som medium. Det är användaren som står i fokus då informanterna i ovanstående studier är ofta konsumenter, entusiaster, producenter eller säljare av vinylskivan.

Teoretiska utgångspunkter

Denna studie skiljer sig mot de ovannämnda på det sättet att den inte studerar användare och de redan introducerade, utan studerar det specifika mediets mediala representation. Det är även möjligt att benämna denna studie som en analys av vinylskivans *transmedialitet*. Henry Jenkins beskriver transmedialitet som ”*ett berättande som sträcker sig över flera medieplattformar där varje ny del utgör en distinkt och värdefull del av helheten*” (Jenkins, 2008, s. 101) där varje medium får göra vad det är bäst på för att introducera en berättelse. Varje produkt är en väg in i helhetskonceptet (Ibid. 2008) och i detta fall är det den mediala representationen av vinylskivan som är produkten och vinylkulturen som är helheten.

Denna studie möjliggör en djupare förståelse kring medvetenheten och aktualiseringen av föråldrat ljudmedium. Vinylskivan har aldrig varit helt utdöd och det finns en ny kategori kunder som inte konsumerar vinylskivan utifrån nostalgi (Magaudda, 2011), det vill säga att någonstans har vinylskivan placerats, eller givits en position i dagens mediesamhälle. Genom att studera tryckta mediers representation av vinylskivan kan viss förståelse kring tendenser och förändringar inom mediekonsumtion skapas.

För att strukturera studiens avsikter handlar det om att placera det analoga fysiska mediet i nutid, det vill säga att studien vill sätta mediet i en ny historisk kontext. För att denna förflyttning ska ske måste det från början finnas en tydlig bild av mediets ursprungliga kontext. Det är svårt att tala om begreppsparen *ny/gammal*, *analog/digital* och *materiell/immateriell* om man inte utreder dess kontextuella innebörd och skillnader.

Bartmanski & Woodward (2015) beskriver hur vi glömt bort den analoga skivans betydelse för ljudet, den har gjort detsamma som boken för ordet och litteraturen. Den analoga skivans bestående arv upphör inte att existera när nya medier tillkommer. Precis som teatern upphör den inte att existera efter biografens intåg, varje framstående medium har kapacitet att generera sin egen kultur och varje kultur upprätthåller sina egna ikoniska objekt. Den analoga skivan förvarar toner, den ger musikens tillfällighet en taktill form i dubbel bemärkelse: som varaktig enhet för återkommande uppspelning av musik och som den konkreta bilden av en ljudvåg etsad i vinylplast. Varaktigheten likt en bok och bilden likt ett foto. Vinylskivan och dess egenskaper är en ikon för kulturell transformation under 1900-talet. Vinylskivan var en högteknologisk ljudbärare som sammankopplade artist och publik, vinyl materialiserade det som först ansågs immateriellt; känslor, tankar, idéer och ideal samt att den fångade musikens abstraktion.

Mediehistoriskt perspektiv

Introduktionen

Likt andra teknologiska objekt är vinylskivan både ett barn och offer av progression.

Vinylskivan som var ett steg i en teknologisk och ekonomisk evolution, en teknologi som skulle uppdateras och ersättas av något annat, även om det var nödvändigt eller ej.

Vinylskivan efterträdde *shellackskivan*, ett akustiskt monofoniskt grammofonmedium (en roterande disk, inte fonografisk cylinder) som roterade i hög hastighet, vilket gjorde att det fanns begränsat utrymme för musik. När vinylskivan introducerades var det den nya *mikroräfflan* i kombination med ett långsammare varvantal som erbjöd bättre ljudupplevelse och mer ljudmängd per skiva (Bartmanski & Woodward, 2015). Skivbolaget Colombia lanserade 1948 den moderna 12-tums vinylskivan vars fördelar var långavspelning med hög ljudåtergivning (*Long-Playing, High Fidelity*). Colombia vägrade dock etablera en industrialiserad standard vilket ledde till att skivbolaget RCA lanserar 7-tums vinylskivan. Efter några år enades skivbolagen och båda började tillverka båda formaten (Shuker, 2010; Davis, 2007). Bartmanski & Woodward beskriver hur lanseringen av den moderna analoga skivan förändrade kulturell subjektivitet och objektivitet genom att göra gränserna mellan de två otydliga. När tekniken finslipats under 1950-talet och blev allmänt tillgänglig började vinylskivan på allvar förändra kulturen. Sociologiskt skedde två stora förändringar; musik och ljud kunde nu förflyttas i tid, inte bara i rum. Samt att musik nu tog sig in i hushållen på ett nytt sätt. Musiken blir nu fixerad och gripbar genom formen av en skiva och genom den sker en gigantisk demokratisering av tillgången till musikaliska upplevelser och inspelningar av röster och ljud. Detta medförde även en irreversibel revolution av mottagligheten av musikalisk estetik. När en vinylskiva var inspelad, tillverkad och distribuerad var den i princip tillgänglig för alla, ett offentligt medium för privat bruk. Eftersom musik både är underhållning och kunskap hade vinylskivan stor räckvidd. Vinylskivan spred nu kunskap om musik och hur musik kunde användas och utövas. Människor kunde lyssna på musik och lära sig musik utan att vara socialt privilegierad eller betala för dyr formell träning. Människor blev medvetna om sig själv och deras reaktion till musik, vilket öppnade för en värld av kulturell mångfald och musikaliska traditioner. Detta var privilegier som inte fanns innan ljudinspelningen blev demokratiserad (Bartmanski & Woodward, 2015).

Etableringen

Under sina två första decennier av kommersiell framgång öppnade LP skivorna nya dörrar för estetisk perception. Det sociala och estetiken var starkt sammankopplade och handeln med vinylskivor symboliserade en ny kulturell medvetenhet med nya nätverk av kunskap och lärande. Vinylskivor blev en del av den kulturella utvecklingen. Vissa skivor som släpptes hade sådan genomslagskraft i kulturen att de genast blev ”klassiker” när de nådde ut till miljoner människor från olika sociala bakgrunder. Sådana skivor var bärare av musikaliska, visuella, sensuella och politiska budskap och mediet självt var en integrerad del av budskapet. När den kraftiga vågen av modern pop- och dansmusik kom under 1950-talet som sedan övergick till eran av rock- och soulmusik blev vinylskivan en oskiljaktig del av historien. Vid det här laget hade vinylskivan upplevt sin guldålder då den hjälpt till att transformera världen genom; nya typer av konsumtionsmönster, estetiska kompetenser, teknologisk kunskap och kulturella förväntningar (Bartmanski & Woodward, 2015).

Föråldringen

Redan i slutet av 1970-talet började vinylskivan i publikens ögon bli allt mer ordinär och den ”heliga” statusen började avta. Den nya attityden mot objektet hade förändrats och började behandlas slentrianmässigt. Artisterna själva var de som hade störst tilltro till vinylskivan under den senare delen av 1970-talet (Millard, 2005; Bartmanski & Woodward, 2015).

Vinylskivorna krävde kunskap, expertis och omvårdnad; både av producenter och konsumenter, det var ett krävande medium. Men i övergången mellan 1970- och 1980-talet stod nästa teknologiska revolution för dörren; den digitaliserade inspelningstekniken.

Den digitala inspelningstekniken beskrivs i tekniska termer som kvantifierad förändring. Det vill säga att den analoga signalens förändring sker kontinuerligt medan den digitala signalen förändras stegvis. Pohlmann (2000) beskriver att om en analog signal ska förflyttas mellan inspelningsstudio och ett vardagsrum måste en kontinuerlig förflyttning av amplitudförändringen i tid ske, detta sker via vinylskivans ljudspår som är en avbild av ljudet. Digital teknik kvantifierar den analoga händelsen till binär data; den processas, sparas och distribueras som en numerisk representation av ljudet, därav kräver inte den digitala signalen kontinuerlig förflyttning. Vid avlyssning av den digitala signalen blir processen omvänd.

1982 lanserades CD skivan (Compact Disc) med samma löfte som vinylskivan trettio år tidigare; mer musik på en enskild skiva (Bartmanski & Woodward, 2015). Med CD skivan skedde stora förändringar inom tillverkningen och försäljningen av inspelad musik. De stora

skivbolagen började begränsa utgivningarna av nya album på vinyl och fokuserade mest på kassetband och CD skivor. Enligt Davis skedde den stora vändpunkten för vinylskivan 1989 då de största skivbolagen slutade acceptera retur av osålda vinylskivor vilket gjorde det extremt svårt för butiker att lagerhålla vinylskivor. Det minskade utbudet av vinylskivor ökade försäljningen av kassetband och CD skivor och med det föll vinylskivan bort från den kommersiella marknaden (Davis, 2007). Den nya digitala inspelningstekniken i kombination med uppstickaren CD skivan visade på möjligheterna att få ett ”renare” ljud, fritt från oönskade missljud. Med ett narrativ om det kliniskt perfekta ljudet och ökad mängdkapacitet fick musikbranschen hjälp att övertala konsumenterna att köpa sin favoritmusik igen. Vinylskivans gyllene tidsålder var en framgång för populärmusiken, CD skivans gyllene tidsålder var en framgång för populärmusiksindustrin (tillverkningskostnaden för en CD skiva är en åttodel av vinylskivans, samtidigt som priserna förblev oförändrade). Det sker en till digitaliseringsvåg då musiken och ljudet nästan helt åsidosattes, det i samband med lanseringen av den digitala ljudfilen (mp3). Genom att förespråka mobilitet och bärbarhet får musikbranschen konsumenten att köpa sin favoritmusik ännu en gång. Efter bara tjugo år hade CD skivan förvandlats till ”billig plast” vilket satte vinylskivan i en ny kontext där den kunde ses som jämförelsevis mer värdefull och stabil i sitt format, som den enda fysiska ljudbäraren av betydelse eftersom den inte var digital (Bartmanski & Woodward, 2015).

Ut med det gamla, in med det nya - Digitaliseringen

Det talas fortfarande om nya medier, samtidigt som det försiktigt påpekas att de digitala teknologierna inte är speciellt nya längre. Det är inte konstigt att framhärda nyhetens behag då det ligger i dess natur: så länge ett medium är nytt så är det just ett medium; materiella villkor och tekniska premisser förblir synliga. Nya medier är ”nya” för att de tydligt är medier; omvänt, desto äldre medium desto mer bortträngt blir dess mediala egenskaper. När nya medier introduceras måste det gamla mediernas status omprövas (Holmberg, 2009). Jonathan Sterne (2007) resonerar i sin text *Out with the trash: On the future of new media* om vad som är nytt med nya digitala medier. Under den större delen av 1800–1900-talet var nya medier nya i relationen till andra medier, nya medier ersatte äldre former av media. När människor använder sig av frasen *nya medier* idag utgår man ifrån att man talar om datorer och digital hårdvara i relation till äldre analoga medier (datorer i detta sammanhang menas mikroprocessorer och mikroprocessorer). Detta trots att datorer och digitala medier nu innefattar en annan typ av nyhetsfaktor; datorers *nyhet* refererar till relationen mellan andra datorer och inte andra

medier. Datorer som nytt medium skiljer sig från det vanliga berättandet om innovationer inom mediehistorien. Det finns två typer av *nyhet* att ta hänsyn till i mediehistorien. Den första är *nyhet* i relation till andra medier, den andra är *nyhet* som i toppmodern design och funktion inom ett givet medium. Forskare, journalister och många andra slår gärna ihop de olika synsätten på nyhet. Den första kommersiella datorn (PDP-1) kom 1960, ändå omnämns datorer som nya. Ingen kallade telefonen ny när den var närmare femtio år gammal. Ur ett mediehistoriskt perspektiv har datorerna funnits med ett tag och benämns fortfarande i sammanhanget nya medier. Nya medier är på något sätt nya i relation till dem själva, datorkulturen har uppnått ett eget ekvilibrium. Det som är nyhet bland datorerna idag är nyhet i relation till äldre datorer, likt mobiltelefonerna är de idag designade för att vara föråldrade efter en kortare period av användning. De är designade för att bli skräp, för att göra plats för nya ekonomiska vinster, hårdvaruförsäljning och prestationsuppggraderingar. Datorer har blivit transportmedlet för att uppleva det nya inom medieteknologi, dock inget nytt medium. Sterne förklarar detta med att datorer inte har stabiliserats som medium för att det fortfarande utvecklas. Skulle innovation inom datorteknologi lugna ner sig skulle ett stabilare medium uppstå. De ideologiska tendenserna inom datorteknologi och utveckling är dock de motsatta, datorteknologi kommer inte stabiliseras inom en snar framtid för att den inte vill. Sterne hänvisar till Arnold Pacey (1983) när han kallar digitala teknologier för *halvvägsteknologier*, digitala teknologier som är byggda för att lösa halvt förstådda problem. Normalt ser vi teknologier som fullt färdigställda och funktionella, men digitala teknologier är ofta inte helt färdigställda; de fungerar men inte felfritt och förutsägbart. Halvvägsteknologier som designas för att bli föråldrade försvårar digital teknik att stabiliseras som medium (Sterne, 2007).

Lisa Gitelman och Geoffrey B. Pingree (2003) menar likt Sterne att begreppet *nya medier* förknippas med digital teknologi. Det är lätt hänt att göra den kopplingen då digitala teknologier ligger i framkant inom kommunikation och information. En del av upplevelsen med digital teknik är att uppleva det *nya* inom digital teknik, svårare blir det om man ska ge konkreta exempel på nya medier. Utan problem kan vi nämna *gamla medier*; skrivmaskinen, vinylskivan och magnetiska Stereo 8-kassetter. Idag är dessa medier *gamla* men de har inte alltid varit gamla. Det är av vikt att förstå vad de gamla medierna betydde kulturellt när de var nya en gång i tiden. Det finns en tidpunkt då nya mediers materiella och konceptuella egenskaper ännu inte fixerats, en tid då dessa medier inte accepterats som naturliga och deras mening och betydelse är flytande. Det är då nya medier ifrågasätter det mytiska och rituella konventioner som omger det redan existerande mediet. Gitelman & Pingree använder Rick

Altmans begrepp *kris-historiografi* när de beskriver det nya mediets identitetskris när det först introduceras (Altman 2001 se Gitelman & Pingree, 2003, s. xii). Ett nytt medium blir svårdefinierat och dess verkliga mening och funktion skapas med tiden efter samhällets existerande medievanor och ett gemensamt behov av nya användningsområden. Ett mediums identitetskris är inte över förrän det finns en gemensam uppfattning och vad mediet gör för vem och varför. Det finns så kallade misslyckade medier som inte *överlevde* speciellt länge, det vill säga de ses som *döda* i relation till de medier som anses *levande*. Dessa faller lätt bort ut historiebeskrivningen men för att få förståelse för vad medier är och vad de betyder måste vi förstå och använda de medier som överlevde. Dessa uppfinningar, dess sociala praktiker och dagliga representationer är av stor vikt att analysera (Gitelman & Pingree, 2003).

Omstruktureringen av föråldrade objekt

Intuitivt är det möjligt att påstå att materiella objekt skulle förlora sin position till lyssnarens upplevelse i relation till nya teknologier. Det är viktigt att förstå att användandet av vinylskivor inte bara berör äldre och nostalgiska användare. Yngre konsumenter antar de äldre teknologierna som ett uttryck för motstånd till musikindustrins utstakade sätt att konsumera musik. Genom att musik förvandlas till ogripbar data förnyas det materiellas roll i att uttrycka mening; både som medium och i praktiker. Detta på samma sätt som när iPoden lanserades, då behövdes en ny materiell relation struktureras i relationen till ett äldre (digitalt) objekt. Vad som är relevant i vinylskivans fall är att den digitala musiken förlorar kulturell autenticitet. Det skapas en autenticitetskris i den musikaliska upplevelsen vilket är en viktig del inom produktionen av kulturellt värde. Autenticitetförlusten är inte ett resultat av den digitala musiken utan av förskjutningen av materiella aktiviteter och praktiker (Magaudda, 2011).

I Paolo Magauddas modell är relationerna *objekt-mening-praktik* statiska och han beskriver vinylskivans *återintegration* i en kedja av sex steg: massiv spridning (1) av mp3 och musikaliska webbtjänster, förändring i lyssningsvanor (2), värderingsförändring i lyssningsupplevelsen (3), återintroduktion av vinylskivan bland lyssningsvanor (4), förnyad värdering av vinylskivans autenticitet (5) och inköp och avlyssning av vinylskivor (6). Magaudda menar i sin teori att även om digitaliseringen förvandlar musiken från gripbart medium till ogripbar data är fortfarande materiella objekt av stor vikt inom musikkonsumtion. Digitaliseringen har inte lett till den avmaterialisering många påstår, den har snarare genererat en form av ny artikulering av relationen materialitet, kulturell mening och människors pragmatiska aktiviteter (Magaudda, 2011).

Nu när vinylskivan kronologiskt kontextualiserats, kulturellt, materiellt och historiskt bör den avslutningsvis anknytas till den medierapportering studien ämnar undersöka. Studiens huvudsakliga undersökningsområde är steget mellan det tryckta mediet och läsaren. För att teoretisera kring hur medier skapar ett medvetande hos mottagaren används här James Lulls beskrivning av en medierad medvetenhet.

Medierad medvetenhet

James Lull (2000) talar i sin bok *Media, Communication, Culture* om relationen mellan medier och medvetenhet, han binder samman begreppen ideologi/medvetenhet. Ideologi är generellt sett organiserat tänkande, en uppsättning värderingar och predispositioner som uttrycks genom teknologiskt medierad och interpersonell kommunikation. Ideologi är inbördes sammanhängande sätt att tänka, tankemönster som inte nödvändigtvis är *sanna* då ideologier inte behöver vara historisk eller empiriskt grundade fakta.

Konsekvenserna av kommunikation kanske inte alla gånger uppnår avsändarens avsikter men fortfarande är det onekligen en fördel för de som kontrollerar mediernas agenda. Människor i utvecklade samhällen inte bara exponeras kraftigt av medier, de är även beroende av dem på många sätt. TV, radio och press *sänder* ut selektiva bilder med färdiga och skraddarsydda perspektiv och åsikter kring frågor som ligger utanför publikens personliga kunskaper och erfarenheter. Medvetandet influeras i överföringen av den dominanta ideologin, det vill säga ideologier är överförandet av idéer; medvetande är de intryck och avtryck dessa idéer lämnar på individen och gruppen. Medvetande är en attityd, en syn på om vad individer och grupperingar vet och hur de tänker. Medier har en väldigt stor roll i formandet av medvetande, även om en del av publiken misstycker med mediernas budskap görs det efter att ha introducerats, känt igen och övervägt meddelandets ideologiska budskap. Medvetande är formbart och formas till stor del av medier. Medvetandet återspeglar ideologiska teman i det huvudsakliga medieflödet, som exempel samstämmigt tänkande och socialt agerande. Medvetenheten är sällan något självklart där människor analyserar sina vardagliga miljöer och hur mediala meddelanden formar deras tänkande. Vad vi tänker på och hur vi tänker på det kan aldrig bestämmas utifrån en informationskälla men repetitionen av information kan påverka individens och kollektivets medvetenhet. Två viktiga faktorer för medvetandets formation är *riktning* och *upprepning*. Genom att rikta uppmärksamheten mot en specifik företeelse och sedan upprepa informationen utvecklas en önskad medvetenhet, speciellt om informationen är smart förpackad (Lull, 2000).

Det är Lulls beskrivning av medvetenhet som är fundamentet i denna studie; de färdiga perspektiv och åsikter som nyhetsmedier förmedlar, även om frågorna ligger utanför publikens personliga kunskaper och erfarenheter. Det är mediernas roll i formandet av medvetande som ligger i fokus för denna studie.

Material och avgränsning

Denna studie undersöker publicerade artiklar i tryckt svensk press som hanterar vinylskivan. Tidperioden är 2014–2016, det vill säga åren som omfattar IFPI Sveriges statistik över den ökade försäljningen av nytillverkade vinylskivor. En studie på den här nivån har sina begränsningar sett till omfång, vilket leder till att materialet kommer begränsas till kvällspressen. Artiklar kommer samlas in från *Aftonbladet* och *Expressen* (*Expressens* regionala kvällstidningar *GT* och *Kvällsposten* ingår ej i urvalet).

Metod

Genom att återkoppla till studiens syfte; *att undersöka svensk tryckt press representation av vinylskivan ämnar denna studie identifiera mönster, teman och för att förstå hur vinylskivan aktualiseras i dagens medielandskap*. Här framgår det att det ligger stor vikt på kartläggning. Detta sker effektivast genom en innehållsanalys, Marie Gillespie & Jason Toynbee (2006) beskriver innehållsanalysen som viktigt om man vill generalisera studier om specifika texter. För att undersöka representation i medier under en specifik tidsperiod mer allmänt så är innehållsanalysen effektiv. Innehållsanalysen används framför allt för att *kvantifiera*; räkna och mäta förekomsten av vissa företeelser i texter. En *kvantitativ metod* undersöker stora grupper texter för att hitta regelbundenheter och sammanhang (Nilsson, 2011; Bergström & Boréus, 2016). Det empiriska materialet i denna studie är inte så omfattande att en kvantitativ metod ses nödvändig, vikten kommer ligga på en mer avancerad analysnivå.

Studiet av texter ger oss inte kunskap om hur texterna mottas, utan kunskap om texterna. I en textanalys åtskiljs textens *vad* och *hur* (Østbye, et al., 2013), i detta fall ämnar studien undersöka *vad* medietexter kommunicerar under en specifik tidsperiod. Initialt ska materialet undersökas *kvalitativt*, det vill säga en djupgående granskning för att identifiera texternas *vad*. Sedan ska resultatet tematiseras och struktureras efter sitt *manifesta innehåll*, det vill säga vad som tydligt går att utläsa av texten, textens omedelbara betydelse (Nilsson, 2011; Østbye, et al., 2013; Bergström & Boréus, 2016). Det vill säga att denna studie kommer använda en kvalitativ innehållsanalys.

En modell för kvalitativ innehållsanalys är Ulla Graneheim och Berit Lundmans (2004). I deras modell identifieras *meningsenheter* i texten/texterna, innehållet i dess enheter kondenseras och överförs till en kod. En kod som sedan används för att strukturera ett system av *teman*, *kategorier* och *subkategorier*. Denna modell är effektiv för att strukturera medietexters *vad*. Med denna metod blir ansatsen *induktiv*, med en induktiv ansats menas att metoden baseras på kontinuerliga formuleringar medan en deduktiv metod gärna belyser hypoteser som skall bekräftas eller avskrivs. I detta fall skulle ansatsen bestämma om innehållsanalysens kodschema bestäms före eller efter genomgången av det empiriska materialet. I detta fall rör det sig om en kartläggning av tidigare inte systematiskt utforskat område och då får studien en explorativ utformning vilket ger studien ett behov av flexibilitet (Østbye, et al., 2013) därav kommer denna studie innefatta en kvalitativ innehållsanalys med induktiv ansats. Detta kommer genomföras med hjälp av Graneheim & Lundmans modell och ett exempel på meningskondensering och kodning i ämnet visas nedan.

Meningsenhet	Kondensering av meningsenheten	Kod	Underkategori	Kategori	Tema
”Men nu när lp:n har kravlat sig tillbaka är formatet mer än någonsin mer än bara en förmedlare av ljud, det är en upplevelse. Det handlar om känslan. Hela vägen från butiken till första gången som du plöjer ner nålen hemma.”	Lp:n förmedlar inte bara ljud, det handlar om en upplevelse och känsla.	Vinylskivan är mer än ljud.	Vinylskivan som holistiskt medium.	Vinylskivans egenskaper.	Vinylskivans representation i medier.

Tabell 1. Kodningsexempel genom Graneheim & Lundmans modell (Graneheim & Lundman, 2004).

Urval och tillvägagångssätt

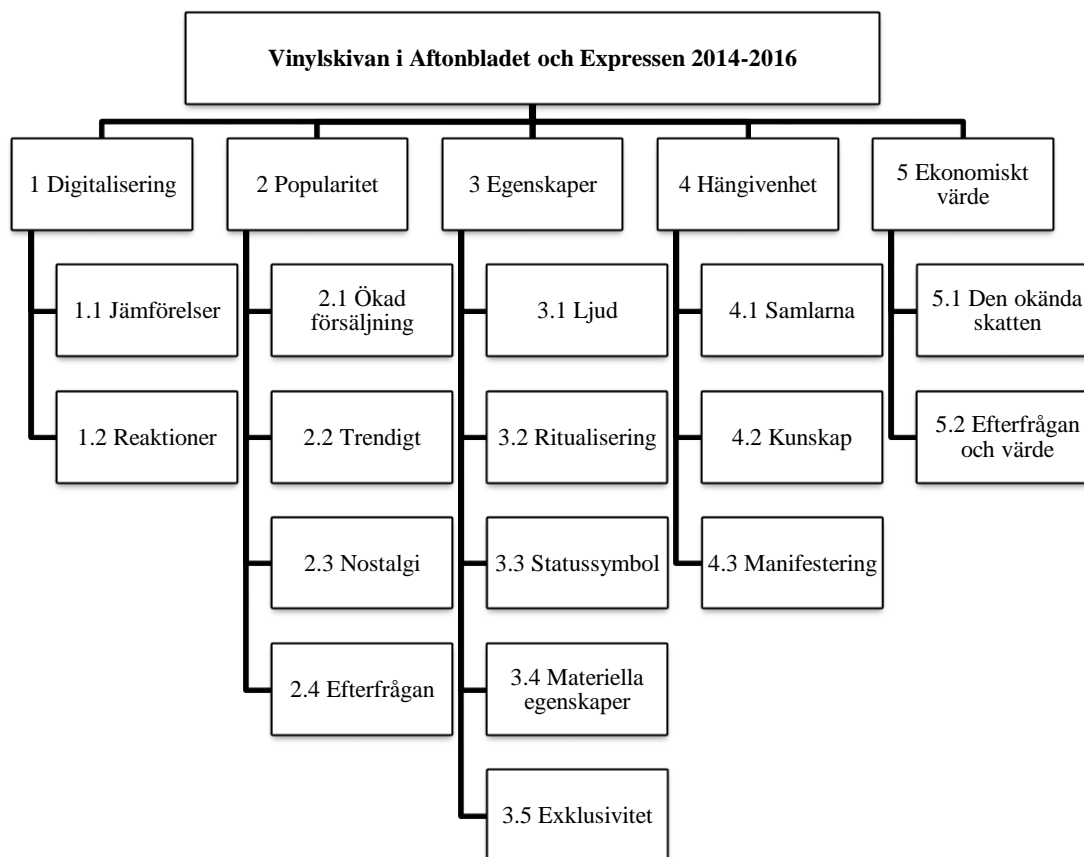
Med hjälp av verktyget Retriever (Mediearkivet) gjordes sökningar i *Aftonbladet* och *Expressen*, perioden 2014–2016. Sökorden som användes var *vinylskiva*, *vinylskivan*, *vinyl* och *vinylen*. De olika varianterna av sökord användes för att få spridning på sökträffarna och ett bredare material. Alla artiklar som innehöll ett eller flera av sökorden var det första urvalet, rättare sagt 161 artiklar. Nästa steg var att hitta de artiklar som kvalitativt kunde analyseras. Samtliga artiklarna lästes igenom för att sedan genomgå ett andra urval. Följande artiklar plockades bort; artiklar som behandlade materialet vinylplast, artiklar som innehöll namn innehållandes vinyl (radiostationer, skivbolag, radio- och tv program), artiklar i form av recensioner samt dubletter. Kvar i det andra urvalet fanns 24 artiklar och krönikor (2014: 10

stycken, 2015: 7 stycken och 2016: 7 stycken) där vinylskivan som medium behandlades på olika sätt. Materialet är författat av musikjournalister, nöjesrapportrar och krönikörer.

Alla artiklars texter sattes in i ett textdokument för att sedan delas upp i meningsenheter. Efter denna process hade artiklarna brutits ner till 177 meningsenheter. Meningsenheterna skrevs ut på papper och klipptes ut, en pappersremsa per meningsenhet. Efter detta lästes alla meningsenheter igenom och sorterades i olika högar av kategorier, en meningsenhet användes bara en gång och kan inte förekomma under flera kategorier. Varje kategorihög sorterades ytterligare in i underkategorier under varje huvudkategori. Resultatet av denna process redovisas nedan i analysavsnittet.

Analys

I analysavsnittet redovisas den kvalitativa innehållsanalysen (Figur 1). Innehållsanalysen innefattar 5 huvudkategorier med totalt 16 underkategorier. Analysens numrering följer matrisen från Figur 1 och är fristående uppsatsens innehållsförteckning. Samtliga huvudkategorier och underkategorier beskrivs med tillhörande exempel i detta avsnitt.



Figur 1. Kvalitativ innehållsanalys med meningenheter i kategorier och underkategorier.

1: Digitalisering

Under denna huvudkategori återfinns meningenheter som berör digitaliseringen av musiken.

Två underkategorier identifierades, *1.1 Jämförelser* och *1.2 Reaktionen*.

1.1 Jämförelser

I denna underkategori återfinns meningenheter som jämför analog och digital musikanvändning. I denna underkategori rör det sig om teman av känslor, upplevelser samt reflektioner kring albumets roll i den senare digitala musikfären. Det går även att utläsa teman av *upptäckt*, både som nostalgisk reflektion av hur det var att upptäcka musik i sin

ungdom och som en nyfödd upptäckarlust hos en ny användargrupp. En digital spellista ger väldigt lite information utöver själva ljudinformationen. Exempel på meningsenheter:

”Spotify, Wimp och andra tjänster har förändrat musikkonsumtionen för gott. Jag skulle inte vilja leva utan dem en enda dag. Men med allt i fickan som en ständigt ylande radio är det lätt att längta efter något som gått förlorat: Att verkligen lyssna på musik.”
Aftonbladet 10 januari 2014

”Att klicka runt på sajten är det närmaste man kan komma känslan av att stå och bläddra i backarna i en fysisk skivaffär.” *Expressen 31 januari 2016*

”Nu växer det silvriga plastberget på landets loppisar. Den digitala revolutionen gav en ny chans. Nu var det lättare än någonsin att lyssna sig trött till och med på historiens mest undanskymda skivor. Musikhavet blev bottenlöst.” *Aftonbladet 2 maj 2014*

”Knappt två och en halv miljon exemplar. Så mycket sålde [...] det mest sålda albumet under 2013. Den sämsta siffran för en amerikansk listetta i modern tid. I en verklighet då skivor inte behöver vara längre bort än ett par köpklick på nätet är det en lätt chockerande siffra. Vill man jämföra sålde till exempel Michael Jackson runt en miljon album när ”Thriller” var som hetast. I veckan.” *Aftonbladet 10 januari 2014*

”Spridningen av spellistor med strömmad musik har minskat behovet av ett format med runt 40 minuter musik av en och samma artist.” *Aftonbladet 31 juli 2015*

1.2 Reaktionen

I denna underkategori finns meningsenheter som hanterar olika reaktioner på digitaliseringen av musiken. Här är det möjligt att se en orsak/verkan-relation mellan det digitala och det analoga. Här hamnar vinylskivan som objekt i fokus, det fysiska objektet eller själva artefakten har betydelse för musikavlyssningen. Avspelningen av en vinylskiva är bara en del av det fysiska mediet, innehavet och omvårdnaden är av stor vikt. Exempel på meningsenheter:

”Han tror att populariteten har ökat för att folk har tröttnat på att bara ha musik digitalt. Att äga sin musik ger en helt annan känsla, [...] det är en reaktion på det flyktiga i streaming. Vi vill ha något vi kan ta på. Man måste vårda dem och vara försiktig, det är en del av grejen.” *Aftonbladet 17 maj 2014*

”Streaming har gjort varje hem till ett fulländat musikbibliotek. Då pekar vinylen uppåt som ett finger åt hela digitaliseringen.” *Aftonbladet 10 januari 2014*

”Ett perfekt motgift mot alla spellistor.” *Aftonbladet 31 juli 2015*

2: Popularitet

Under denna huvudkategori återfinns meningsenheter som hanterar vinylskivans ökande popularitet. Fyra stycken teman finns i underkategorierna 2.1 *Ökad försäljning*, 2.2 *Trendigt*, 2.3 *Nostalgi* och 2.4 *Efterfrågan*.

2.1 *Ökad försäljning*

I denna underkategori finns meningsenheter som beskriver den ökade försäljningen, både i form av beskrivningar och som ren statistik. Meningsenheterna hänvisar både till den globala försäljningen samt den svenska försäljningen (samma statistik som presenteras i denna studies inledning). Den ökade försäljningen beskrivs både som en återuppståndelse och som en återkomst. Några meningsenheter beskriver vinylskivan som något som varit dött medan andra beskriver hur den aldrig varit helt död, oavsett är vinylskivan synlig igen. Det finns tydliga beskrivningar på hur CD skivan säljer allt mindre medan vinylskivan säljer mycket mer. Det beskrivs även hur vinylförsäljningen på vissa marknader är större än den digitala ner-laddningen, streamingtjänsterna är fortfarande störst och fortsätter växa. Flera meningsenheter nämner att försäljningen av det föråldrade fysiska mediet ökar trots det oändliga digitala utbudet av musik. Exempel på meningsenheter:

”Det säljs inte mer vinyl än någonsin, men mer än på väldigt länge. Trots Itunes, Youtube, Soundcloud, Spotify och illegal nedladdning pekar LP-kurvorna uppåt igen.”
Expressen 16 april 2016

”Trots att nästan all musik i dag finns tillgänglig digitalt säljer vinylskivan som smör.”
Aftonbladet 2 augusti 2014

”I dagarna kom ny statistik som visar att medan cdskivan backade med 12 procent ökade försäljningen av vinyl med 54 procent under 2015. Ett numera bekant scenario.”
Aftonbladet 15 september 2016

”Intresset för vinylskivor har ökat dramatiskt under de senare åren. Från att ha dött runt 1992 väcktes skivorna till liv för tio år sedan. Och sedan dess ökar försäljningen stadigt.”
Expressen 29 november 2016

”Under de senaste åren har det skett ett uppsving för vinylskivan. Trots att det i dag går att få tag i musik på betydligt lättare sätt säljer de otympliga lättrepade skivorna som aldrig förr.”
Aftonbladet 17 maj 2014

2.2 Trendigt

Denna underkategori innehåller meningsenheter som behandlar vinylskivan/LP-skivan som något trendigt, i sammanhanget beskrivs vinylskivan som något coolt och sexigt. Samtidigt ligger det en negativ klang kring trendbeskrivningarna, exempelvis när vinylskivan beskrivs som en del av hipsterkulturen. Exempel på meningsenheter:

”Fast vem bryr sig om vinyl? Hipsterskit det också.” *Expressen 17 maj 2014*

”Allt fler kunder trängs på Södermalms hipsterknarkade [sic] vinylbutiker.” *Aftonbladet 10 januari 2014*

”Punken fyller 40 i år, vinylen är hipp igen – och punkarna har blivit nostalgiska farbröder som rotar runt på Tradera och Ebay efter gamla singlar.” *Aftonbladet 24 september 2016*

”Men skiftet beror inte enbart på att den gamla lp-skivan blivit trendig i vissa kretsar och börjat sälja som aldrig förr.” *Aftonbladet 8 december 2016*

”Eller ja, om man ska vara petig; vinyl är fortfarande coolest. Men att vinylskivor blivit det nya skägget är i det här sammanhanget en annan, väldokumenterad historia.” *Expressen 31 januari 2016*

2.3 Nostalgi

Denna underkategori innehåller meningsenheter som behandlar vinylskivan och nostalgi. Nostalgi som att på ett personligt plan återuppleva en viss tidsperiod i livet eller att sätta musiken i sin rätta tidsenliga kontext. Meningsenheterna visar även att den nostalgiske skivköparen ofta bytt ut formatet på sin favoritmusik genom åren men nu återköper sin favoritmusik på vinyl igen, formatet där musiken en gång i tiden upptäcktes av individen. Exempel på meningsenheter:

”Att det otympliga musikformatet återigen blivit så populärt har ofta nostalgiska orsaker. Många vill återuppleva musikminnen från sin ungdom och är beredda att betala stora summor pengar för att köpa tillbaka sina gamla favoritskivor.” *Aftonbladet 2 augusti 2014*

”Han köpte mycket vinylskivor när han var yngre, men sålde av alla när cd-skivan kom. Det var något som han flera år senare kom att ångra. [...] Nu går han ofta i skivbutiker och besöker årligen flera skivmässor i jakt på sina gamla favoritskivor.” *Aftonbladet 17 maj 2014*

”Och även om jag förstår att det är det anonyma i downloads och streaming som får vinyl att växa igen har jag ändå lite svårt att ryckas med när kollegorna [...] förlorar sig

i diskussioner om den överlägsna känslan i 60 talets amerikanska omslagspapp.”
Aftonbladet 25 april 2014

2.4 Efterfrågan

I denna underkategori finns meningsenheter som behandlar den ökade efterfrågan och dess effekter på marknaden. Den ökade efterfrågan gör att skivbolagens nyproducerade album inte räcker till, man återutger de tidigare storsäljarna man fortfarande har rättigheter till. Vissa skivbolag återutger album efter önskemål från marknaden. Exempel på meningsenheter:

”Samtidigt fyller vinylromantiska bolag som Music On Vinyl ständigt på sin välgjorda katalog med skivor som aldrig släppts på vinyl tidigare eller bara funnits i dystra dussinpressningar.” *Aftonbladet 7 mars 2015*

”Inte minst med alla gedigna återsläpp som bara blir fler och fler.” *Aftonbladet 2 maj*

”Vinylskivan har fått ett ordentligt uppsving. Det märks bland annat på hur många nya album som faktiskt släpps på vinyl – dels på hur priserna stiger på gamla hårdrocksskivor.” *Aftonbladet 12 september*

”Den här gången verkar bolagen dessutom ha lyssnat på skivköparna.” *Aftonbladet 15 september 2016*

3: Egenskaper

I denna huvudkategori återfinns meningsenheter som behandlar vinylskivan och dess karaktäristiska egenskaper. Fem stycken teman har skapat underkategorierna 3.1 *Ljud*, 3.2 *Ritualisering*, 3.3 *Statussymbol*, 3.4 *Materiella egenskaper* och 3.5 *Exklusivitet*.

3.1 Ljud

Denna underkategori innehåller meningsenheter som behandlar vinylskivan och dess ljudkvalitéer. Beskrivningar av ljudet som varmare och mer dynamiskt återfinns, detta i relation till CD skivan. Det beskrivs i flera meningsenheter att ljudet är mycket bättre än hos streamingtjänsterna. Dock saknas en audio-teknologisk diskurs bland meningsenheterna. Exempel på meningsenheter:

”Dessutom, och det här är ingen myt, kan ljudet bli varmare och mer dynamiskt med rätt utrustning och nåltryck.” *Aftonbladet 18 april 2015*

”En teori är att många tycker att ljudet låter lite varmare än cd och otroligt mycket bättre än Spotify.” *Expressen 29 november 2016*

”Vinylskivan har ett varmare ljud än digital musik. Det ger en annan rumskänsla.”
Aftonbladet 17 maj 2014

3.2 Ritualisering

I denna underkategori återfinns meningsenheter som behandlar avlyssningens praktiker och användarupplevelser. Begrepp som teceremoni, ceremoni och ritual beskriver lyssnandet. Vinylskivan är inte bara en förmedlare av ljud, det finns även betoning på engagemang och aktivt lyssnande. Exempel på meningsenheter:

”Vinyl är lite som en japansk teceremoni. Skivan ska tas ut ur innerfodralet, placeras på tallriken och så ska nålen dit. Du sätter dig till rätta, håller upp dryck efter behag och sen kan du inte ägna dig åt något annat än att lyssna.” *Aftonbladet 15 april 2016*

”Men nu när lp:n har kravlat sig tillbaka är formatet mer än någonsin mer än bara en förmedlare av ljud, det är en upplevelse. Det handlar om känslan. Hela vägen från butiken till första gången som du plöjer ner nålen hemma.” *Aftonbladet 7 Mars 2015*

”För naturligtvis är vinylhajpen en motreaktion. Strömmad musik kan alla få tag på. Det är som att vrida på kranen i köket. Vinylen kräver större engagemang, varsamhet och kärlek. Det är något att ta hand om, en ceremoni.” *Aftonbladet 18 april 2015*

3.3 Statussymbol

Denna underkategori innefattar meningsenheter som hanterar vinylskivans symbolvärde. Begreppen statussymbol och trofé används i beskrivningen. Seriositet och identifiering är återkommande teman. Exempel på meningsenheter:

”Dessutom är det ett statement att visa att du tar musiken på allvar. Men det ökade intresset har även värdet på gamla plattor stigit.” *Expressen 29 november 2016*

”De senaste åren har nya vinylplattor också blivit mer än bara fräna troféer för alla fans med ofelbara samlingar.” *Aftonbladet 7 mars 2015*

”Vinylskivan var dödförklarad i flera år men nu har det nästan blivit som en statussymbol.” *Aftonbladet 17 maj 2014*

”Den främsta statussymbolen för en riktigt tuff hårdrockare är annars svensk [Ett svenskt album, gällande hårdrocksskivor].” *Expressen 3 mars 2014*

3.4 Materiella egenskaper

I denna underkategori återfinns meningsenheter som behandlar vinylskivans materiella och fysiska egenskaper. Vinylskivan beskrivs som ett objekt där varje exemplar är unikt som inte sprids för vinden. Varje exemplar har sin fysiska position där en kan brukas taktilt, visuellt

och audiellt. Även materiella nackdelar som föråldrande och förgänglighet omnämns.

Exempel på meningsenheter:

”Formatet är alldeles för gammalmodigt, komplicerat och otympligt för att någonsin slå ut strömmad musik. Strömmad musik är framtiden och vinylerna kommer alltid vara en, i sammanhanget, liten men levande subkultur.” *Aftonbladet 18 april 2015*

”Under de senaste åren har det skett ett uppsving för vinylskivan. Trots att det i dag går att få tag i musik på betydligt lättare sätt säljer de otympliga lättrepade skivorna som aldrig förr.” *Aftonbladet 17 maj 2014*

”Det händer att det kommer hit folk som ska inreda ett kafé eller en restaurang. Då vill de ha fina omslag att hänga på väggarna.” *Aftonbladet 17 maj 2014*

”För mig är vinyl:n själva alstret, eller verket om jag får vara så pretentiös.”
Aftonbladet 15 april 2016

”Fast allt ser inte mörkt ut för den som fortfarande vill krama musiken, läsa låttexterna och hänga upp favoriterna på väggen.” *Aftonbladet 12 september 2015*

”Att, just det, tiden att lyssna är den samma fortfarande. Ett album är lika långt på cd och i Wimp som det är i vinylspelaren. Men pappan i de vidunderliga vinylomslagen. Den kan ni aldrig ta ifrån mig.” *Aftonbladet 2 maj 2015*

3.5 Exklusivitet

I denna underkategori återfinns meningsenheter som behandlar vinylskivor och exklusivitet. Påkostade, begränsade och dyra utgåvor av album omnämns. En annan ekonomisk aspekt som framkommer är att ett fysiskt album ofta kostar tre gånger så mycket som ett digitalt och nerladdningsbart album. Detta måste också sätta i relation till de idag dominerande streamingtjänsterna där månadensabonnemangen knappt uppgår till priset för ett album och ger tillgång till ett nästa oöverskådligt musikutbud. Exempel på meningsenheter:

”...blir lp-utgåvorna allt mer gedigna. Gjorda för att användas och lyssnas på. Ofta pressade som tunga 180-gramsvinylerna. Påkostade omslag där gatefold-varianten är mer eller mindre standard. Allt fler inspelningar mastras för vinyl i stället för att bara pressas från det cd anpassade ljudet. Snygga genomtänkta vinylsläpp [...] är [...] exempel på hur det läggs mer omsorg och pengar på vinylutgåvan än någonsin.” *Aftonbladet 7 mars 2015*

”Det är nya releaser i små upplagor. Det är julafton för musikälskare och skivnördar.”
Expressen 16 april 2016

”Och mängden nypressade exklusiva vinylerna är minst sagt imponerande.” *Aftonbladet 25 april 2014*

4: Hängivenhet

Denna huvudkategori innehåller meningsenheter som behandlar egenskaper hos vinylskivans användare. Identifierade teman skapar underkategorierna *4.1 Samlarna*, *4.2 Kunskap* och *4.3 Manifestering*.

4.1 Samlarna

Denna underkategori innehåller meningsenheter som behandlar de som samlar på vinylskivor. Bland meningsenheterna benämner vinyланvändare som samlare, nördar, fantaster och musikintresserade. Olika typer av samlare och internationella samlare beskrivs. Exempel på meningsenheter:

”Men det är bara en nivå i vinylsamlandet. Vissa vill ha skivor som ges ut i numrerade och begränsade upplagor. Vissa vill ha förstapressar och originalutgåvor. Vissa vill ha skivor med bra ljud.” *Aftonbladet 18 april 2015*

”Ibland kommer utländska handlare på jakt efter rariteter. Enligt Johan finns det samlare som kan lägga tio tusen kronor eller mer på ett fint exemplar av en originalpressad skiva.”
Aftonbladet 17 maj 2014

”Titt som tätt dyker det upp samlare från utlandet här i butiken och ofta är det just svensk punk de är ute efter.” *Aftonbladet 24 september 2016*

”Jag vill inte riktigt tänka på hur många timmar av mitt liv som jag har lagt på att leta vinylskivor. Offrat tyskalektioner på att hinna först in på skivreor, hukat över gamla dammiga original med Television och T Rex på otaliga skivmässor och organiserat skivstudiecirkel för att finansiera missbruket.” *Aftonbladet 25 april 2014*

4.2 Kunskap

I denna underkategori finns meningsenheter som behandlar vinylskivor som kunskapsområde. Kunskap om olika utgåvor, tryckerier och bolag omnämns. Det finns även ett annat mer indirekt kunskapsområde kring ljudutrustning och avspelningsinställningar. Exempel på meningsenheter:

”När det gäller jazz rekommenderar jag i så fall Impulse! original med orange och svart etikett och stämpeln ”Van Gelder”.” *Aftonbladet 18 april 2015*

”Och de allra dyraste plattorna är oftast mycket väl dokumenterade och de främsta handlarna och samlarna har superkoll på var de finns. [...] Men det finns andra fynd att göra. Men man måste helst vara expert för att upptäcka dem.” *Expressen 29 november 2016*

”Nöjesbladet bad en hårdrocksexpert att peka ut dyrgriparna.” *Aftonbladet 12 september 2015*

”Att driva en skivbutik dessa dagar har blivit lite av ett kall, vi som jobbar här står ju också för en kompetens och kunskap som man inte hittar annars.” *Aftonbladet 18 april 2015*

4.3 Manifestering

Denna underkategori innehåller meningsenheter som exempelvis behandlar *Record Store Day*, en dag på året då skivbutikerna uppmärksammas. Record Store Day är en manifestation för att uppmärksamma den allt mer sällsynta skivbutiken. Record Store Day handlar inte specifikt om vinylskivan, mer om skivbutiken som kulturellt nav i den sfär som omger det fysiska mediet. Skivbutikerna uppmärksammas bland annat genom att exklusiva titlar släpps, vissa skivbutiker erbjuder även mindre spelningar denna dag. Exempel på meningsenheter:

”I dag uppmärksammas ”Record Store Day” över hela världen. I och med att allt fler laddar ner sin musik eller lyssnar på den via streamingtjänster som Spotify har skivbutiker länge varit en hotad art.” *Aftonbladet 18 april 2015*

”Men i morgon är jag med dem ute bland vinylbackarna, för då är det Record Store Day och det handlar givetvis om mycket mer än chansen att få köpa en limiterad, specialpressad Paul Weller-sjua. Record Store Day är inte minst en älskvärd hyllning till det passionerade musikintresset, oavsett hur man föredrar att lyssna.” *Aftonbladet 25 april 2014*

”Och [sic]en lika spikrak kurva uppåt har Record Store Day. Sedan starten 2007 har den vuxit från en entusiastdriven räddningsplanka för skivbutikerna till ett kommersiellt jippo för både handlarna och fansen.” *Aftonbladet 15 september 2016*

”Jag har varit skivsamlare hela livet, så Record Store Day är en högtidsdag för mig.” *Expressen 26 april 2015*

5: Ekonomiskt värde

I denna huvudkategori återfinns meningsenheter som hanterar vinylskivan och dess ekonomiska värde. Det ekonomiska värdet omnämns i två teman, ett *uppmärksammande* tema samt ett *informerande* tema. Därav underkategorierna 5.1 *Den okända skatten* och 5.2 *Efterfrågan och värde*.

5.1 Den okända skatten

I denna underkategori återfinns meningsenheter som behandlar vinylskivor och dess okända värde. *Okänt* i den mening att den individ som inte besitter de specifika kunskaperna om vinylskivor kan inneha vinylskivor med ett stort ekonomiskt värde utan att veta om det. Många människor har sina gamla vinylskivor kvar av olika anledningar, även om individen inte är en användare av vinylskivan idag. Dess meningsenheter påvisar att det finns en chans att dessa undanlagda vinylskivor har ett stort ekonomiskt värde. Exempel på meningsenheter:

”Plattorna som är värda mer än 20 nya Volvo-bilar. [...] Så vad du än gör, kasta inte dina gamla vinylskivor. Det finns alltid en chans att du äger en förmögenhet utan att du känner till det.” *Expressen 29 november 2016*

”Kanske har du en skatt framför dig i vinylbacken, eller hemma i hyllan?” *Aftonbladet 12 september 2015*

”Rota igenom förrådet – skivorna kan vara värda tusenlappar.” *Aftonbladet 24 september 2016*

”Och varför inte gå igenom din gamla skivback därhemma – exklusiva vinylplattor är idag nämligen värda fantasisummor.” *Aftonbladet 18 april 2015*

5.2 Efterfrågan och värde

I denna underkategori återfinns meningsenheter som behandlar vinylskivor, efterfrågan och värdehöjningar. Den ökade efterfrågan leder till ökade priser, på begagnade skivor i allmänhet och eftertraktade skivor i synnerhet. Exempel på meningsenheter:

”Vi har en vinylboom just nu och inte minst priserna på svensk punk stiger hela tiden, säger han och visar upp en av de riktiga rariteterna.” *Aftonbladet 24 september 2016*

”[...] är själv samlare, främst av metal, och har följt hur prislapparna förändras. – Speciellt death metal och black metal är hett nu. Och de riktigt skyhöga priserna har du på gamla 70-tals original i toppskick.” *Aftonbladet 12 september 2015*

”Men snudd på 6 000 kronor för en skiva från 1994 som trots allt finns i tusen exemplar?! Priserna på knallhårda vinyler har länge pekat så rakt uppåt att de bildat ett [...] finger riktat mot konsumentprisindex.” *Aftonbladet 25 april 2014*

”Och det är förstås lätt att fnysa åt historien när begagnatpriserna har skenat så mycket att tusenlappen känns som den nya femtiolappen. När till och med reabackarnas mest trogna invånare plötsligt kostar hundratals kronor i någon nyöppnad vinylbutik.” *Aftonbladet 15 maj 2015*

Resultatdiskussion

Resultatet av analysen diskuteras här utifrån de identifierade huvud- och underkategorierna i innehållsanalys i relation till studiens syfte. Det vill säga hur aktualiseras vinylskivan i dagens mediasamhälle via pressen samt vilken position vinylskivan tilldelas.

Den första huvudkategorin var *digitalisering*, med tillhörande underkategorier *jämförelser* och *reaktion*. Jämförelser mellan det digitala och analoga löper som en röd tråd genom det studerade materialet men denna huvudkategori innehar den explicita jämförelsen. I den här studien består den analoga sidan endast av vinylskivan medan den digitala sidan innefattar CD skivan, nerladdning och streaming. Eftersom det studerade materialet innefattar perioden 2014–2016 omnämns CD skivan endast ett fåtal gånger, vilket leder till att alla jämförelser i huvudsak omfattar nerladdning och streaming. Med detta förtydligande underlättas förståelsen för jämförelsen mellan musik som album samt som enskild låt eller musikstycke. Vinylskivan var det första medium som möjliggjorde albumformatet och var under sin storhetstid huvudsakligen ett albumformat. Digitaliseringen i kombination med internettekniken gav användaren möjligheten att köpa endast en enskild låt (låtar som inte *valts* ut av skivbolagen som singel) på ett album. Det är en möjlig anledning varför albumets roll i digitaliseringen är återkommande i analysen. Analysen visar att albumformatets tydligare frånvaro bidrar till en förlust av upplevelsen. Digitaliseringen och lyssnandet i form av spellistor har ett informationsbortfall hos lyssnaren. Självfallet är inte all musik producerad för att upplevas i albumkontext, det är upp till enskild artist och konsument. Enligt det studerade materialet kan detta informationsbortfall härledas till den andra underkategorin; *reaktioner*. Analysen påvisar att förlusten av information och själva objektet (den fysiska skivan) i sin tur återskapat ett intresse för mediet. Det är möjligt att påstå att digitaliseringen distanserat lyssnaren från musiken. Bartmanski & Woodward (2015) beskriver hur digitaliseringen gjort musiken mobil och portabel, utan det fysiska mediet riskerar musik dock att flyttas till bakgrunden om den återfinns överallt men ingenstans.

I huvudkategorin *popularitet* återfinns underkategorierna *ökad försäljning*, *trendigt*, *nostalg* och *efterfrågan*. Bortsett från *ekonomiskt värde* (senare i diskussionen) är den här huvudkategorin den som tydligast återspeglar pressens beskrivning av den ökade populariteten. Rubrikvänliga och enkla förklaringar till förändringarna i musikförsäljningen. Det återfinns två olika teman att beskriva vinylskivans ökade popularitet: återfödelse och återkomst. Det sistnämnda bör ses som det mer korrekta då vinylskivan aldrig varit helt död (Bartmanski & Woodward, 2015; Biddinger & Chivers Yochim, 2008; Davis, 2007; Shuker, 2010). Vinylskivan har haft en viktig roll inom olika subkulturer och musikscener efter att den

fråntogs sin status som dominant ljudmedium. Eller som Davis (2007) benämner det, vinylofilerna¹ har alltid varit en medium-baserad subkultur som sträcker sig över alla musikaliska genrer. Bortsett från statistiska beskrivningar beskrivs vinylskivan som trendig och nostalgiskt. Oavsett om dagens skivköpare är trendmedveten eller nostalgiker påvisar underkategorin *efterfrågan* att skivindustrin till en början haft svårt att tillgodose den ökade efterfrågan. Idag finns det ett stort utbud av nysläppt och återsläppt musik på vinylskivor och väntetiderna hos de kvarvarande vinylpresserierna är långa. Intressant är den negativa ton som återfinns i det studerade materialet under *trendigt*-kategorin. En reflektion kring detta kan vara att den trendmedvetne inte besitter det genuina intresset enligt de musikintresserade eller nostalgikerna. Den negativa tonen kan även uppkomma från de som inte vill identifiera sig med en trend- eller hipsterkultur. Den som tillhör den nya kundgruppen med genuint musik/vinyl-intresse vill möjligen inte jämföras med den trendkänsliga kundgruppen. Nostalgiker, trendsättare eller musikälskare, alla bidrar till den ökade försäljningen.

Nästa kategori beskriver *egenskaper* specifikt för vinylskivan. Analysen av materialet har identifierat fem olika egenskapsbeskrivningar; *ljud*, *ritualisering*, *statussymbol*, *materiella egenskaper* och *exklusivitet*. Först beskrivs ljudet hos vinylskivan, varmt och dynamiskt var en vanlig beskrivning. Utan någon teknisk beskrivning eller bevisning hänvisar man till upplevelsen och känslan. Det påpekas att den bästa upplevelsen sker via rätt och injusterad utrusning, vilket betyder att det går att lyssna på vinylskivor på fel och dåligt sätt sett till avlyssningsupplevelsen. Avlyssningen beskrivs som en viktig del då det återkommande i materialet hänvisades till ceremonier och ritualer. Ett engagemang som startade redan i skivbutiken hela vägen till skivtallriken. Det betonades och framställdes tydligt att vinylskivan var mer än en förmedlare av ljud hos konsumenten. Detta överensstämmer med Davis (2007) och Bartmanski & Woodward (2015) beskrivningar om att avlyssningen av vinylskivan ger en holistisk lyssningsupplevelse som sträcker sig längre än musiken och mediet självt. Lyssning på exempelvis en CD skiva försvagar denna upplevelse då den taktila upplevelsen försvinner.

Intressant för nästa underkategori är att det i *Aftonbladet* 17 maj 2014 påtalades hur ”*vissa kunder har inte ens någon skivspelare*” för att kunna lyssna på skivan. Detta ger en övergång till nästa underkategori *statussymbol*. Vinylskivan kan vara en symbol för flera saker men i det studerade materialet upprepades begreppet status, eller ställningstagande. Ägandet av själva vinylskivan, vinylskivor eller vissa speciella exemplar av vinylskivor påvisade en nivå av

¹ Författarens egen översättning, *Vinylphiles*.

status. Denna status bör tillskrivas inom gruppen skivköpare, den person som inte har ett intresse för fysiska ljudmedier har med största sannolikhet svårt att tillskriva ägaren samma status. Men som *statement* eller ställningstagande blir vinylköparen tilldelad en viss grad av seriositet i ett digitalt mediasamhälle där vinylskivan och det fysiska mediet inte är aktuellt. Bartmanski & Woodward menar att det är i den digitala kontexten som vinylskivans symbolvärde och ikonicitet skapas. Vinylskivans ikoniska status existerar inte för att den var dominant större delen av 1900-talet, utan för att dess återkomst från en *nära döden*-upplevelse i en tid av intensiv digitalisering. En återkomst som underlättades av en diffusionsprocess mellan vinylskivans konsumenter som signalerade vinylskivans kulturella värde som handelsvara (Bartmanski & Woodward, 2016). Den som betalar pengar för ett förlegat ljudformat uppvisar ett större intresse för en viss kulturell grupp. Införskaffandet av en vinylskiva blir en identitetsmarkör genom att bryta konsumtionsmönster gentemot det dominanta, till exempel streamingtjänster.

Vinylskivans *materiella egenskaper* handlar om det unika, då varje exemplar har en egen fysisk position. Den är otymplig, sårbar och bär spår av användning. Ett oändligt antal personer kan inte lyssna på den eller ladda hem den samtidigt. Användaren måste befinna sig på samma plats som vinylskivan för att den skall kunna brukas. Dess fysiska position och känslighet från yttre påverkan begränsar dess användning. Dessa begränsningar gör vinylskivan föråldrad, den passar inte in i dagens mediala samhälle där obegränsad medietillgång finns i varje persons ficka. Samtidigt är det intressant när Magaudda (2011) beskriver hur övergången från taktila medier till icke-taktila ljuddata inte minskat materialiteten för musikkonsumtion. Digitaliseringen har åter-materialiserat relationen mellan materialitet, kulturellt meningsskapande och pragmatiska aktiviteter. Den sista underkategorin är *exklusivitet*, ett intressant inslag i denna studie. Här beskrivs hur de nysläppta och återsläppta vinylutgåvorna har blivit gedigna och påkostade. Vinylskivor med 180 gram vinylplast, öppningsbara (gatefold) omslag, tjocka häften med bilder och texter. Ofta släpps de i små upplagor och är relativt dyra. Detta är en stor skillnad mot vinylskivans storhetstid och övergången till 1980-talet då vinylskivan blivit en *slit och släng*-produkt av tunn vinylplast och ofta utan insättsblad. Det går att se vinylskivans exklusivitet på två olika sätt; den nytillverkade lyxproduktion och den begagnade sällsynta artefakten.

Nästa huvudkategori är *hängivenhet*, den kategori som beskriver de vinylintresserade entusiasterna. *Samlarna* och dess *kunskap*, samt den gemensamma *manifesteringen* Record Store Day. Det analyserade materialet beskrev samlaren som tillbringar väldigt mycket tid och ekonomiska resurser för att hitta de skivor de söker. Detta är inget unikt för samlare av

vinylskivor, denna beskrivning passar in på samlare över lag. Det samma kan sägas om den *kunskap* eller de kunskapsområden som omger samlandet. De identifierade teman som återfinns i materialet visar på stora kunskaper hos de inbitna. Skivbolag, utgivningar, studios, musiker, producenter, ljudkvalitéer och tryckplåtar är några exempel på de kunskapsområden som återfinns i materialet. Detta bevitnar om att möjligheterna till fördjupad kunskap är stora. Vinylkulturen innefattar även ett annat kunskapsområde, kunskapen om uppspelningsutrustning. Det vill säga kunskapen om nål, nåltryck, nålvinkel, tonarm, skivspelare, kablage, förstärkare och högtalare. Denna grupp som Davis (2007) kallar analoga audiofiler nämns knappt i det studerade materialet men detta kunskapsområde ligger väldigt nära vinylskivan och dess kultur. Den sista identifierade temat i denna kategori är *manifestering*, den återkommande dagen varje år som uppmärksammar skivbutikernas betydelse som kulturellt nav. Meningsenheter som behandlade Record Store Day var många, mycket för att artiklarna i studien ofta var publicerade i samband med den återkommande Record Store Day. Denna högtidsdag för skiventusiasterna visar på ett engagemang för att uppmärksamma och behålla de få skivbutiker som fortfarande finns kvar. Detta firas varje år med konserter i skivbutikerna och exklusiva Record Store Day-utgivningar av efterfrågade och svårhittade titlar. Record Store Day har firats sedan 2007 och i det studerade materialet ansågs Record Store Day vara en av många möjliga anledningar till att det uppkommit en ny generation skivköpare.

Den sista huvudkategorin i analysen är *ekonomiskt värde* med två underliggande kategorier; *den okända skatten* och *efterfrågan och värde*. Som nämnts tidigare i texten är denna kategori tydlig i pressens framställning, framför allt *den okända skatten*. Många meningsenheter och hela artiklar behandlade vinylskivor och dess ekonomiska värde. Mycket efter det rubriksvänliga temat *du kan sitta på en förmögenhet utan att du känner till det*. Som nästa underkategori *efterfrågan och värde* antyder, har den ökade populariteten även medfört att priset på vinylskivor stigit under de senaste åren. Bartmanski & Woodward (2015) beskriver hur digitaliseringen av musik och dess konsumtion radikalt förändrat betydelsen för vinylskivans som handelsvara. Det digitala är synonymt med något användarvänligt som är allestädes närvarande och omedelbart tillgängligt. Enkelheten att duplicera, distribuera och dela skapar lite utrymme för förståelse kring det sällsynta och unika. Det motsatta gäller för vinylskivan där kontext, position och skick blivit betydelsefulla.

Alla artiklar i denna huvudkategori använde sig av en expert för att beskriva vilka skivor som var värda pengar. Som tidigare antytt (underkategori kunskap) och i den här underkategorin krävs det en expert eller stor kunskap för att identifiera och prissätta

vinylskivor (begagnade). Det är möjligt att artiklar och rubriker av detta slag ger en missvisande bild av vad vinylskivor är värda. Det studerade materialet påtalar att de skivorna som artiklarna nämner är extremt sällsynta och de flesta exemplaren finns dokumenterade och intressenterna vet var exemplaren finns. En tänkbar fördel med denna typ av artiklar kan vara att fler skivor som varit undanstopgade kommer fram i ljuset och i omlopp bland de som är intresserade av dem. En nackdel kan vara att ingen vill göra sig av med sina gamla skivor i tron om att de är värde väldigt mycket pengar. Materialet visar även på att den ökade populariteten pressat upp priserna även på de skivor som så gott som saknar ekonomiskt värde.

En avslutande reflektion kring studien och det studerade materialet handlar om stabilitet. En återblick till de teoretiska utgångspunkterna där Gitleman & Pingree beskriver hur ett mediums identitetskris inte är över förrän det finns en gemensam uppfattning om vad mediet gör för vem och varför. Sterne nämner att datorteknologi inte stabiliseras som medium för att det fortfarande/ständigt utvecklas. Samtidigt menar Bartmanski & Woodward att vinylskivan ses som mer värdefull och stabil i sitt format, den enda ljudbärare av betydelse eftersom den inte är digital. Utifrån dessa resonemang går det att se det ökade intresset för vinylskivan som ett förtydligande av vinylskivans stabilitet som medium. I det mer digitaliserade samhället finns det svårigheter att skapa en gemensam uppfattning om vad medier gör för vem och varför. Det Bartmanski & Woodward beskriver ovan gällande ikonicitet och att överleva och bli starkare i en digital omgivning belyser vinylskivans stabilitet lite extra. Vinylskivan har blivit en kulturell celebritet, vi vet vad den är och varför den finns.

Efter avslutad analys och resultatdiskussion är det angeläget att reflektera över studiens metod. I studiens metodavsnitt motiverades en kvalitativ innehållsanalys för att uppnå studiens syfte, att identifiera mönster och teman i kvällspressens representation av vinylskivan. Efter avslutad studie går det att dra slutsatsen att metoden uppfyllt förväntningarna i termer av effektivitet och användbarhet. Materialet som omfattats av urvalet har kunnat bearbetats till meningsenheter och sedan kategoriserats i en form av hierarkisk figur. Vilket medfört att resultatet blivit strukturerat och analysen avancerad. Svårigheter uppkom dock med meningsenheter som tematiskt låg väldigt nära varandra och möjligen kunnat placerats i fler olika kategorier. Detta medför att reliabiliteten i en upprepad analys skulle kunna påverkas negativt. Samtidigt måste det förtydligas att detta endast gäller ett fåtal meningsenheter och påverkan på det slutliga resultatet skulle vara minimalt. Genom att konsekvent använda en meningsenhet endast en gång stärks studiens validitet dock kan reliabiliteten påverkas.

Den använda metoden var effektiv i hänsyn till studiens omfattning, det hade varit möjligt att utöka urvalet något steg till utan större problem. För en mer omfattande undersökning på högre akademisk nivå hade en tydligare uppdelning och kombination av kvantitativ- och kvalitativ metod varit prefererad. I avseende till denna studies urval och begränsningar har metodvalet givit resultatet god validitet.

Sammanfattning

För att sammanfatta resultatet av det analyserade materialet framgår det i studien att vinylskivan idag beskrivs som exklusiv. Flera nya medium och teknologier är exklusiva när de introduceras men vinylskivan beskrivs som mer exklusiv nu än under sin egen tid, framförallt tiden strax innan och överlappningen med CD skivan. Vinylskivans exklusivitet färgar hela det analyserade materialet och de identifierade kategorierna. Exklusivt som det prioriterade formatet för den som söker aktivt lyssnande och praktiken från införskaffande till avlyssning. Exklusivt som de påkostade och välpaketerade nyutgåvorna och kostsamma artefakterna. Exklusivt som ställningstagande och kunskapsområde. Samtidigt beskrivs vinylskivan som omständlig. Omständlig i relation till digitala plattformar vad det gäller tillgänglighet och användarvänlighet. Införskaffandet av en vinylskiva beskrivs tidskrävande och till viss del kunskapskrävande. Samtidigt behöver det inte vara speciellt omständigt idag med hjälp av internethandel, samt att avspelningsutrustningen ofta påträffas i butiker som inte är specialiserade inom området. Fortfarande går det inte att avlyssna musiken direkt vid införskaffandet, det fysiska objektet måste förflyttas och finnas på samma plats som konsumenten. Det är möjligt att bygga vidare på Davis beskrivning och benämna vinylskivan som en del av en *omständlig medium-baserad subkultur*. Per definition ses subkultur som underordnad i relation till en dominant kultur, vilket i sin tur kräver starka idé- och handlingsmönster för att upprätthålla den relationen till varandra. Den som bemödar sig att avlyssna musik/ljud på detta sätt påvisar med andra ord olika drag av beslutsamhet, engagemang och seriositet.

Med hjälp av de teoretiska utgångspunkterna och det studerade materialet går det att se hur vinylskivan har gått från att ha varit det massproducerade demokratiserande mediumet till att ha blivit en identitetsmarkör för seriositet inom musikkonsumtion. Konsumtionen av vinylskivan signalerar kulturella värderingar, värderingar som förtydligas i en tid av digitalisering. Det studerade materialet kan ses som en signalförlängare av dessa värderingar.

Förslag på fortsatt forskning

Eftersom en studie på denna nivå innefattar begränsningar i omfång skulle denna studie med fördel kunna utökas. Genom att studera svensk press i sin helhet, lokalt och rikstäckande skulle resultatet ge bredare kunskap och perspektiv på mediets mediala representation och aktualisering. Det ökade intresset för vinylskivan har självfallet inte bara iakttagits av tryckta medier, en vidare studie skulle även kunna innefatta det TV-producerade materialet som hanterar vinylskivans renässans. Det är möjligt att genomföra studien på internationell nivå och studera likande fenomen hos de länder som besitter en större marknad för skivhandel.

Det finns flera sätt att bygga på denna studie men det är viktigt att påminna sig om att det inte är mediekonsumenten, utan den mediala representationen som är fokuspunkten. Utan att ta hänsyn till fokusen på medial återspeglning är det lätt att upprepa tidigare studier där mediekonsumenten är studieobjektet. Denna studies uppbyggnad är möjlig att applicera på andra fysiska medier, exempelvis CD skivan, Minidisc eller VHS-kassetten. I detta fall har studien varit möjlig då vinylskivan ökat i popularitet därav skulle en studie av ett annat medium behöva ha ett annat syfte och inriktning.

Referenser

- Bartmanski, D. & Woodward, I., (2015). *Vinyl: The Analogue Record in the Digital Age*. London: Bloomsbury Academic.
- Bartmanski, D. & Woodward, I., (2016). Vinyl record: A Cultural Icon. *Consumption Markets & Culture*, ss. 1–7. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10253866.2016.1212709>.
- Bennett, A. & Rogers, I., (2016). Popular Music and Materiality: Memorabilia and Memory Traces. *Popular Music and Society*, 39(1), ss. 28–42.
- Bergström, G. & Boréus, K., (2016). Innehållsanalys. i: G. Bergström & K. Boréus, red. *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. 3:e red. Lund: Studentlitteratur, ss. 49–90.
- Biddinger, M. & Chivers Yochim, E., (2008). 'It kind of gives you that vintage feel': Vinyl Records and the Tropes of Death. *Media, Culture & Society*, 30(2), ss. 183–195.
- Bolin, G. (2015). Passion and nostalgia in generational media experience. *European Journal of Cultural Studies*, 19(3), ss. 250–264.
- Davis, J. (2007). Going Analog: Vinylphiles and Consumption of the "Obsolete" Vinyl Record. i: C. R. Arland, red. *Residual Media*. Minnesota: University of Minnesota Press, ss. 222–236.
- Gillespie, M. & Toyne, J. (2006). *Analysing media Text*. Maidenhead: Open University Press.
- Gitelman, L. & Pingree, G. B. (2003). Introduction: What's New About New Media?. i: L. Gitelman & G. B. Pingree, red. *New Media 1740 - 1915*. Cambridge: MIT Press, ss. xi–xxii.
- Graneheim, U. H. & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research. *Nurse Education Today*, Volym 24, ss. 105–112.
- Holmberg, J. (2009). Medialitet. i: T. Forslid & A. Ohlsson, red. *Litteraturens offentligheter*. Lund: Studentlitteratur, ss. 29–45.
- IFPI Sverige (2014). *Musikförsäljningsstatistik helåret 2014*, Stockholm: IFPI Sverige.
- IFPI Sverige (2015). *Musikförsäljningsstatistik helåret 2015*, Stockholm: IFPI Sverige.
- IFPI Sverige (2016). *Musikförsäljningsstatistik helåret 2016*, Stockholm: IFPI Sverige.
- Jenkins, H. (2008). *Konvergenskulturen: Där nya och gamla medier kolliderar*. Göteborg: Daidalos AB.
- Lull, J. (2000). *Media, Communication, Culture - A Global approach*. 2:a red. Cambridge: Polity Press.
- Magaudda, P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), ss. 15–36.
- Margree, P., MacFarlane, A., Price, L. & Robinson, L. (2014). Information behaviour of music record collectors. *Informationresearch*, 19(4).

- Millard, A. (2005). *America on Record: A History of Recorded Sound*. 2:a red. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nilsson, Å. (2011). Kvantitativ innehållsanalys. i: M. Ekström & L. Larsson, red. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2:a red. Lund: Studentlitteratur, ss. 119–152.
- Pacey, A. (1983). *The culture of technology*. Cambridge: MIT Press.
- Pohlmann, K. C. (2000). *Principles of Digital Audio*. 4:e red. New York: McGraw-Hill.
- Sarpong, D., Dong, S. & Appiah, G. (2015). ‘Vinyl never say die’: The re-incarnation, adoption and diffusion of retro-technologies. *Technological Forecasting & Social Change*, Issue 103, ss. 109–118.
- Shuker, R. (2010). *Wax Trash and Vinyl Treasures: Record collecting As a Social Practice*. Surrey: Ashgate.
- Sterne, J. (2007). Out with the Trash: On the Future of New Media. i: C. R. Arcland, red. *Residual Media*. Minnesota: University of Minnesota Press, ss. 16–31.
- Østbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen, L. O. (2013). *Metodbok för medievvetenskap*. 3:e red. Malmö: Liber.

Bilaga 1 – Lista över undersökt material

2014

Gamla musikformat. (2014). *Aftonbladet*, 2 augusti.
Ett fint exemplar kan gå för mer än tiotusen. (2014). *Aftonbladet*, 17 maj.
Hårdrock - Syndabocken. (2014) *Expressen*. 3 mars.
Manifestation till popmusikens ära. (2014). *Aftonbladet*. 25 april.
Recordjakten. (2014). *Expressen*. 26 april.
Vinylen pekar finger åt digitaliseringen. (2014). *Aftonbladet*. 10 januari.
Vinylerna har aldrig låtit bättre än i dag. (2014) *Aftonbladet*. 7 mars.
Vinylomslagen kan ni inte ta ifrån mig. (2014). *Aftonbladet*. 2 mars.
Vinylskivan. (2014). *Aftonbladet*. 21 juni.

2015

Du kan sitta på en riktig musikskatt. (2015). *Aftonbladet*. 18 april.
Ett perfekt motgift mot alla spellistor. (2015). *Aftonbladet*. 31 juli.
Högtidsdag för skivfantaster. (2015). *Aftonbladet*. 17 april.
Kan cd-skivan bli den nya vinylen. (2015). *Aftonbladet*. 15 maj.
Läge att ranka Kents bästa LPs. (2015). *Expressen*. 22 november.
Så mötte jag sommaren. (2015). *Expressen*. 17 maj.
Tjäna tusenlappar på hårdrock. (2015). *Aftonbladet*. 12 september.

2016

Ljusare tider för Plattförsäljare (2016). *Aftonbladet*. 8 december.
Nu avslöjar LeMarc hur skivan blir (2016). *Aftonbladet*. 15 april.
Penning-Punken! (2016). *Aftonbladet*. 24 september.
Plattorna som är värda mer än 20 nya Volvo-bilar. (2016). *Expressen*. 29 november.
Recordchans att fynda superskivor. (2016). *Expressen*. 16 april.
Stjärnklarast i streamingmolnet. (2016). *Expressen*. 31 januari.
Svenska guldklimpar på Record Store Day. (2016). *Aftonbladet*. 15 april.