



UNIVERSITETET I AGDER
FAKULTET FOR KUNSTFAG

**Påvirker et ønske om komponistandeler
produsentens kreative valg i studio?**

Simen Daniel Lindstad Børven

Veileder

Daniel Nordgård

Universitetet i Agder, 2018
Fakultet for Kunstfag
Institutt for rytmisk musikk

Sammendrag og forord

Denne masteroppgaven undersøker om produsentens kreative bidrag i studio brukes i en økende grad som avlønning av rollen. Videre drøftes det om produsenter er tilbøyelige til å ta kreative grep for å øke sin komponistandel i kreative samarbeidssituasjoner. Jeg har satt opp et teoretisk rammeverk som tar for seg historikken til produsentrollens funksjoner, tradisjonelle inntektsstrømmer og insentivene til å skape innen immateriell rettighetslovgivning. For å generere et empirisk sammenligningsgrunnlag til teorien, har jeg foretatt fire intervjuer i en åpen samtaleform, der selve forskningsspørsmålet er blant spørsmålene jeg stiller informantene. Som et supplement til intervjuene, har jeg transkribert NRKs ”Nøkkelen til suksess”, i tillegg til at professor Jan Bang ved UiA har kommentert et av intervjuutdragene. Oppgaven konkluderer med at det kan virke som produsenter i økende grad tenderer mot å bli kompensert med komponistandeler, men at datagrunnlaget er for tynt til å generalisere ideen. Alle informantene svarte nei da de ble spurt om de var tilbøyelige til å ta kreative grep for å øke sin andel. Å bli invitert inn i låtskrivingsprosessen er en tillitserklæring som kan utnyttes og brytes. Norge har et lite produsentmarked, der det kan virke som om aktørene prioriterer langsiktighet og kred fremfor kortsiktighet og penger.

Takk til min kjære kone, Henriette. Uten deg hadde ikke dette blitt noe av.

Takk til min veileder, Daniel Nordgård, som har tatt imot kapitler for gjennomgang fra en student som ikke maktet å fullføre masterstudiet til normert tid.

Takk til min kollega, Hege Beckmann, som har vært til god hjelp i den metodiske utformingen av avhandlingen.

Takk til min mor, Anneli Romberg, som har rettet opp mine preposisjonsfeil og overkompliserte setninger.

Takk til min far, John Børven, som i en besatt stund ytret de motiverende orda: ”Nå må du til h... se til å få ferdig den masteroppgava!”.

Takk til informantene mine - måtte deres kjønn aldri bli avslørt.

Innholdsfortegnelse

Sammendrag og forord	3
Innholdsfortegnelse	4
Figurer	7
Kapittel 1. Introduksjon	8
1.1 Bakgrunn for valg av tema	8
1.2 Forventninger og problemstilling	10
1.3 Oppgavens avgrensning	11
Kapittel 2. Teoretisk rammeverk	12
2.1 Bransjens tradisjonelle paradigme	13
2.1.1 Bransjens tradisjonelle paradigme	13
2.1.2 Forstyrrende teknologier	14
2.1.3 Fallende innspillingsbudsjetter	14
2.1.4 Crowdfunding som tilskudd til innspillingsbudsjettet	15
2.1.5 Artisten som egenprodusent	16
2.1.6 Nettbutikker og streaming	17
2.1.7 Bransjen som nettverk	18
2.1.8 Spekulasjoner og rolleforvirring i bransjen	19
2.1.9 Hva er opphavsrett?	19
2.1.10 Opphavsrett i et historisk perspektiv	20
2.1.11 Opphavsrett som insentiv til å skape	21
2.2 Produsentens rolle	22
2.2.1 Hva er en plateprodusent?	22
2.2.2 Snuff Garret og historien om producer royalties	23
2.3 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle	24
2.3.1 Intellektuelle rettigheter, royalties og honorar	24
2.3.2 Produsentkontrakten	24

2.4	Musikkteknologisk påvirkning på produsentens rolle	26
2.4.1	Produsenten Les Paul	26
2.4.2	Studioets utvikling som et instrument	27
2.4.3	Studioet som allemanseie	28
2.4.4	Fra Slow Tools til Pro Tools	28
2.4.5	Integritet i analog innspilling	29
2.4.6	Pro Tools tar markedsandeler i studiosektoren	29
2.4.7	Tape vs. DAW	30
2.4.8	Nettverksstudioet som et kompromiss	30
Kapittel 3.	Metode	32
3.1	Forskningsdesign	32
3.2	Forskningsstrategier	33
3.3	Valg av metode	33
3.4	Rådatagenerering gjennom bruken av dybdeintervjuer	35
3.5	Transkripsjon – bearbeiding av rådata	36
3.6	Valg av intervjuobjekter	37
3.7	SDI- metoden	38
3.8	Validitet	42
3.9	Generaliserbarhet	43
3.10	Etikk	44
Kapittel 4.	Presentasjon av funn og analyse	46
4.1	Produsentens rolle	47
4.1.1	Produsentrollens funksjon	47
4.1.2	A&R-rollen og dens relevans for produsentens rolle	49
4.1.3	Studioteknisk påvirkning på produsentrollen – ”Å ta på lyden”	52
4.1.4	Pre-prod fasen; soveromsprodusenten som arrangør og komponist	58
4.2	Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle	61
4.2.1	Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle – honorar	62

4.2.2	Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle – salgsroyalties	66
4.2.3	Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle – komponistandeler	68
4.2.4	Forskningsspørsmålet – påvirker et ønske om låtandeler produsentens kreative valg i studio?	74
Kapittel 5.	Oppsummering og konklusjon	77
5.1	Oppsummering	78
5.2	Konklusjon	79
5.3	Forskerens ettertanker	80
5.4	Forslag til videre forskning	80
Litteraturliste		82

Figurer

1.	Bransjens tradisjonelle paradigme	13
2.	Artisten som egenprodusent	15
3.	Streaming	17
4.	Bransjen som nettverk	17
5.	Moore's law	26
6.	Forskningsstrategier	32
7a.	Tolv kvalitative steg	34
7b.	Tolv kvalitative steg	34
8.	SDI-modell	38
9.	Potensielle rettighetsstrømmer	71
10.	Kodegenerert ordsky fra INT 1-4	41

Kapittel 1

Introduksjon

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Jeg startet mitt profesjonelle liv som utøvende musiker og komponist etter endt bachelorutdannelse, våren 2011. Etter jeg hadde jobbet som selvstendig næringsdrivende i noen år, ble jeg kontaktet av en kjent norsk artist som var i startfasen av å skape et nytt album. Hen var blitt tipset av felles kolleger om at jeg var låtskriver, og i løpet av samtalen inviterte hen meg til å være “Simon til hens Garfunkel”. Jeg hadde bred erfaring fra komposisjon og innspilling i bandsammenheng; den delen kunne jeg. Artistens tilbud gikk ut på at jeg skulle skrive tekster og melodier, uten videre engasjement i produksjonsfasen. Etter noen musikalske møter, inngikk vi en tentativ avtale:

- Jeg var ikke berettiget til å motta honorar for mine tjenester.
- Jeg fikk ingen garantier for at mine ideer ville bli brukt på albumet.
- Dersom mine låter eller ideer ble brukt, skulle jeg bli rettferdig kompensert i form av komponistandeler.

Jeg takket ja – hen var jo et husholdningsnavn. Arbeidsflyten var god, og vi var begge enige om at jeg hadde truffet en nerve i hens artisteri. Før hvert møte sendte jeg mine låtideer via ”Evernote”, en applikasjon som dokumenterer tekst og opptak med tid og sted. Sommeren 2014 bestemte vi oss for å prøve ut tre av komposisjonene med et live-band i Skien. Så langt var begge parter fornøyd med samarbeidet. En popstjerne sang min musikk - og jeg eide store rettigheter til den. Artisten sendte så inn liveopptakene til sitt management og plateselskap. Selskapet sa seg enige i at én av tre låter var klare til innspilling i studio. Et par måneder etter dette fikk jeg en telefon der artisten sa at hen ønsket å oversette teksten jeg hadde skrevet fra engelsk til norsk. Utover i samtalen ga jeg min muntlige tillatelse til at hen kunne forsøke å oversette teksten, eller gi sangen nytt innhold på norsk. Med dette sa jeg meg enig i å gi bort femti prosent av rettighetene til verket, i henhold til tekstforfatterandelen fastsatt av TONOs fordelingsplan:

- § 10 Hovedregler - (2) Komponistandelen utgjør opphavsmannsandelen med fradrag av de andeler som eventuelt tilfaller andre opphavsmenn til musikkverket etter § 11, 12 og 13. (...)
- § 13 - (5) Tekstforfatterandelen utgjør halvparten, (½), av verkets totale andeler.

(Fordelingsplan, 2010)

En stund etter den nye avtalen ble gjort, sendte jeg en SMS til artisten med spørsmål om hen ville gjøre en skriveøkt. Artisten svarte: *”Yo! Holder på å skrive om ”Engelskspråklig Låt” til norsk (...) Rekker kanskje å spille inn en kjapp versjon i dag. Temaet i teksten er forandret, men melodien er den samme (...)”* (Kjent norsk artist, 28.10.14)

To dager senere ble jeg tilsendt et nedstrippet utkast av låten jeg hadde skrevet. Det var opplagt at denne versjonen var spilt inn et profesjonelt lydstudio, og at det var mer enn kun teksten som var blitt forandret. Videre skrev artisten at hen hadde samarbeidet med en kjent norsk produsent om teksten til låten, men hen kommenterte ikke at arrangementet var omgjort, eller at taktarten var blitt forandret. Sangen var i ferd med å ta en kreativ vending som ikke var en del av vår originale avtale. Jeg ønsket allikevel ikke å bremse prosessen, da jeg var redd for at samarbeidet skulle gå i oppløsning. Ut over i samtalen sa jeg meg dermed enig om en ny muntlig avtale:

- Artisten skulle være fri til å involvere kreative samarbeidspartnere etter sin egen vilje.
- Andelsfordelingen fra den tidligere avtalen skulle stå ved lag. (50/50)
- Dersom noen av hans nye samarbeidspartnerne la krav på andeler, skulle det gå ut fra artistens andel.

Høsten 2015 traff jeg tilfeldigvis artisten på vei til Oslo. Jeg ble overrasket da hen rakk meg hodetelefonene til gjennomlytting av den nyeste versjonen av låten jeg hadde skrevet. Nye forandringer var blitt gjort, foruten oversettingen. Hen nevnte at hen jobber med et nytt produksjons-og bransjeteam enn tidligere. Vi snakket litt om vår muntlige avtale, men gled fort over i andre samtaleemner. Jeg ba han om å sende meg låten på mail, men jeg mottok den ikke før året nærmet seg slutten. I den samme mailen ble jeg bedt av hans nye bransjeteam om å redegjøre for mitt bidrag i låten. Det gikk fort opp for meg at det var mange personer som var involvert i skrivingen; til og med artistens manager skulle ha en liten bit av rettighetskaka. Jeg svarte på fellesmailen med å legge ved tre øvingsopptak med datomerking i kronologisk rekkefølge, samt en skriftlig formulering av vår muntlige avtale. Jeg tenkte at

jeg sto på trygg grunn, da jeg hadde vært nøye med å dokumentere låtskrivingsprosessen før den havnet i produksjonsleddet til artisten. I tillegg til dette, svarte jeg med vår muntlige avtale om femti-femti-fordeling, der andre bidragsyttere som ble engasjert utenfor min kontroll skulle bli kompensert av artistens andel. Som svar, fikk jeg en skriftlig bekreftelse på at den muntlige avtalen vi inngikk var korrekt, men at låten var blitt forandret i så stor grad, at artisten ikke lenger syntes det var rettferdig at andre involverte utelukkende skulle få andeler fra hens kakehalvdel. Foruten bidrag fra flere tekstforfattere, hadde produsenten forandret taktarten fra 4/4-deler til 6/8-delstakt. Jeg anså forandringen som meget rudimentær, og med det hans begrunnelse for arrangørandelen (Fordelingsplan, 2010). På grunnlag av at han hadde forandret taktart, la hen krav på trettitre prosent (33%) av komponistandelen. Jeg svarte at jeg ønsket å holde meg løsningsorientert, men at jeg ønsket å vite rekkefølgen til de kreative bidragene, slik at jeg kunne ta en veloverveid vurdering. Jeg fikk ingen respons og mailtråden stoppet opp. Året gikk mot slutten og jeg ringte artisten for å forhøre meg om statusen til utgivelsen. Jeg fikk ikke svar på min forespørsel om de involvertes bidrag, men han sa at låten skulle slippes desember 2016. Da nyåret nærmet seg, fikk jeg beskjed om at slippet ble utsatt til januar, 2016. Siden da har tiden gått, og låten er ikke blitt utgitt.

1.2 Forventninger og problemstilling

Påvirker et ønske om komponistandeler produsentens kreative valg i studio?

Før DVD-en startet (som vi selvsagt hadde leid eller kjøpt i butikken) husker mange i min generasjon reklamen: *Piracy, its a crime!* (2005). Dette er en av mine største assosiasjoner til eierrettigheter; noe omstridt som gjerne blir forbundet med kriminalitet. Det er et tankekors at jeg møter på disse tankene i mitt profesjonelle liv, og at jeg fort får en dårlig smak i munnen av tanken på å forhandle rettigheter.

Basert på mine erfaringer, er det opplagt at produsenter er klar over sitt kreative mandat i studio, men har det alltid vært slik? Å identifisere nøkkelbegreper hjelper når en skal utforme forskningsspørsmål (Johannessen & Tufte, 2010, s. 46-47). Hvilke avtaler og normer styrer de kreative prosessene i studio? Opererer produsenter som får store honorarer med mindre kreativ input? Eksisterer det produsentavtaler der kompensasjon i form av komponistandeler erstatter forskuddene fra plateselskapene? Og hvor hører produsentens kompensasjon av salgsroyalties hjemme i et digitalt marked? Avtaler, gjerne gjort med et håndtrykk, kan

forandre seg underveis i den kunstneriske prosessen. Tillit er en skjør og sjelden vare man setter høyt i alle bransjer, men den er muligens ekstra viktig i en bransje full av aktører som operer under ubeskyttede titler. Som min tidligere professor og veileder sa:

All who work within in the music industry want to be perceived as more successful than they really are - including me.

- Peter Jenner

Det kan jeg tro på. Som mange andre i musikkbransjen, er jeg avhengig av å ha et bredt spekter av ferdigheter for å ikke bli utbrent, samt ha til salt på maten. Låtskriving er en av flere beskjeftigelser. Slik er det for mange som jobber i et lite musikkmarked. Vi i musikkbransjen lever i en spenning mellom symbiose og konkurranse. Noen ganger har jeg hatt opplevelsen av at gode venner og kollegaer har stukket av med en “større del av kaka”, enn det jeg opplever som rettferdig. Ofte begrunnes disse svært tekniske i etterkant av prosjektets fullføring, andre ganger med en fast avtale i forkant. ”Det er ideen og viktigheten av den, som avgjør størrelsen til bidraget - ikke hvor mye tid man har lagt ned”. Noe som selvfølgelig er et valid argument. Et argument jeg har hørt mest fra mine venner som jobber som produsenter. Jeg oppsøkte derfor fire forskjellige produsenter til samtaler for å forsøke å finne svar på mitt forskningsspørsmål.

1.3 Oppgavens avgrensning

Hensikten med historien i 1.1 er å gjøre mine egne intensjoner klar for leseren. Utformingen av problemstillingen kan virke noe forutinntatt, da jeg ikke har intervjuet produsenten fra historien jeg skisserer i 1.1. Derfor er det viktig at jeg utviser ydmykhet, slik at avhandlingen ikke smittes av de forestilte intensjonene jeg tilegnet produsenten; jeg har jo knapt møtt mannen. Jeg har som mål å definere og avgrense nøkkelord og temaer fortløpende i avhandlingen. Jeg ønsker å løfte frem et perspektiv innen avgrensningen, som er blitt gjort klart for meg tidlig i utformingen av forskningsspørsmålet: Hva er forskjellen på ønsker og intensjoner?

I hverdagen befinner folk seg ofte i situasjoner der de må klassifisere en annen persons ønske(r) og intensjon(er). Ordene har forskjellige ladninger som gjør at det kan ligge igjen forskjellige tolkinger etter at en formulering er blitt gitt. *Kåre* kan være interessert i å hyre *Rolv* som produsent til hans debutplate, men *Rolv* er usikker på hvor seriøs *Kåre* er i sitt forslag. *Rolv* sjekker derfor rundt med felles venner om han har snakka varmt om planene

med dem. Han analyserer *Kåre* sine formuleringer og kroppsspråk når han snakker om prosjektet, men han er fortsatt usikker på om *Kåre* kun *ønsker* å hyre han som produsent, eller om han har som *intensjon* å hyre *Kåre* som produsent. Folk, generelt sett, gjør forskjell på *ønsker* (å ville, skulle ønske, å håpe) og *intensjoner* (å bestemme seg for, å avgjøre) helt intuitivt (Malle, Moses, Baldwin 2001 s. 45).

I utdraget fra ”Intentions and Intentionality” legger forskerne fokus på hvordan sosiale mottakere, slik som produsenten Rolv i historien over, tolker og bruker konseptene kommunisert fra agenter, som *Kåre*. De legger vekt på hvordan sosiale mottakere bruker de iboende konseptene i *ønsker* og *intensjoner* for å tolke andre mennesker, eller agenter, sin oppførsel. Både agentens *ønsker* og *intensjoner* har en pro-holdning til å utføre en handling. Men, det er en viktig distinksjon mellom disse, da et *ønske* ikke forplikter til å utføre handlingen, men *intensjonen* forplikter i en større grad. Derfor ligner det på en prosess, der *ønsket* går foran *intensjonen*.

Jeg er interessert i å finne ut om produsenter tar kreative grep i studio uavhengig om de *ønsker* det, eller har som *intensjon* å gjøre det. Jeg tar ikke utgangspunkt i at produsenter har som *intensjon* å øke sin andel av spekulative årsaker, selv om det kan forekomme funn som peker i denne retningen. Dersom jeg finner indikatorer på at produsenter *ønsker* komponistandeler som en kompensasjon, er det like sannsynlig at dette er ubevisste *ønsker*, og ikke bevisste *intensjoner*.

Kapittel 2

Teoretisk rammeverk

Dette kapittelet åpner jeg ved å redegjøre for bransjens tradisjonelle paradigme, med hovedvekt på forstyrrende teknologiers påvirkning på plateselskapene, og intellektuelle rettigheter. Dette gjør jeg for å etablere konteksten til tre sentrale kategorier jeg ser som faglige perspektiver hentet ut fra problemstillingen:

- 1) Produsentens rolle
- 2) Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle:
 - a) Intellektuelle rettigheter → Låtandeler
 - b) Honorar → Forskudd fra plateselskapene
- 3) Musikkteknologisk påvirkning på produsentens rolle

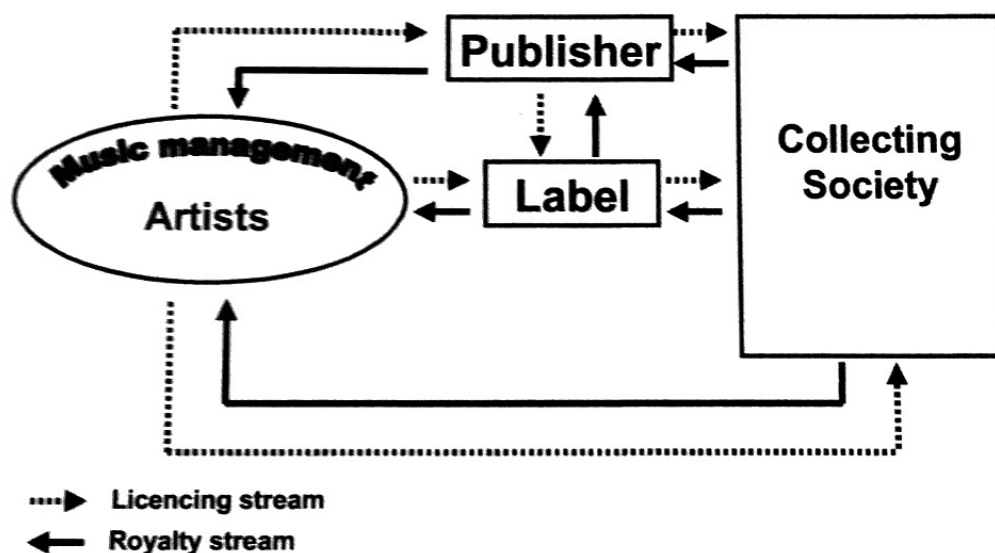
Kapittelet har til hensikt å klargjøre sentrale begreper og gi en faglig forståelse i henhold til problemstillingen:

Påvirker et ønske om komponistsandeler produsentens kreative valg i studio?

2.1 Bransjens tradisjonelle paradigme

2.1.1 Bransjens tradisjonelle paradigme

I det tradisjonelle paradigmet fløt pengestrømmene fra plateselskapene og forlagene. De etablerte selskapene hadde store PR- og markedsavdelinger, og konserter ble ofte regnet som en salgsplattform for innspilt musikk.



Figur 1.

(Tschmuch, 2016, s. 15).

Dersom en artist fikk en kontrakt med et stort plateselskap betydde det store produktbudsjett og forskudd, i tillegg til en prosentsplitt per solgte enhet, etter at produktet hadde betalt for seg selv (Sinnreich, 2016, s. 156). Denne næringskjeden har plateselskapet og forlaget i fokus, der artisten er avhengig av store distribusjonsnett for å nå sluttbrukeren med sin musikk. Musikk- og filmindustrien er noen av de første bransjene som ble truffet av det digitale skiftet. I overgangen fra et fysisk produkt til digitale filer, har det skjedd store omveltninger i bransjens næringskjeder og businessmodeller. Kraften bak det nye formatets

immaterialisme har utkonkurrert sine fysiske forgjengere som er av høyere lyd kvalitet (Easley, 2005).

2.1.2 Forstyrrende teknologier

Peer to peer-fildeling tok av da Napster ble etablert i 1999 og hastigheten til internettlinjene gikk opp. Dette førte til at privatpersoner koblet seg til tjenesten og delte lavkvalitets musikkfiler gratis over nettet (Liebowitz, 2005). Massive ressurser ble iverksatt av den etablerte musikkbransjen for å stanse denne revolusjonen. I stedet for å se nye modeller og muligheter til økonomisk vekst, kjempet selskapene en lang og bitter strid i rettsalene (Moreau, 2013, s. 18). De fem største plateselskapene, representert av RIAA (Recording Industry Association of America) fikk medhold i den føderale retten i San Fransisco, da de i 1999 saksøkte Napster for ulovlig tilrettelegging og deling av kopibeskyttede verk. (The Guardian, 2000).

Utover 2000-tallet fortsatte platebransjen å tviholde på den gamle modellen, bygget på CD-formatet. Deres strategi var to-delt; lovgivning, og rettsprosedyrer gjennom saksøking og skremselspropaganda. I stedet for å omfavne potensialet i nye markeder, ta lederskap i utviklingen og å tilrettelegge for nye modeller – har platebransjen fokusert på å beskytte produksjon, salg, eierskap og besittelse av fysisk eiendom (Frith, 2004, s. 87).

2.1.3 Fallende innspillingsbudsjetter

I slutten av 2002 målte Felix Oberholzer-Gee og hans makker Kaleman Strumpf, den økonomiske effekten P2P-fildeling hadde på plateselskapenes omsetning. Ved å analysere over 1.75 millioner filoverføringer i perioden, og ved å kryssjekke ukesalget av kommersielle relevante utgivelser, fant de ut at nedlasting fra P2P-fildelingstjenester kun har en marginal effekt på salgstallene til selskapene. De beviste med studien at antallet P2P-brukere ikke kan linkes sammen med svake albumsalg, først og fremst fordi gruppen av folk som laster ned innhold ikke nødvendigvis er kjøpere av CD-formatet til musikken de laster ned (Oberholzer-Gee & Strumpf, 2007, s. 3). Alan Watson beskriver en annen virkelighet av konsekvensene av nedlasting i boken til Wikstrøm og DeFillippi (2016):

The copying of music on compact discs (CDs) (...) would substantially undermine sales of recorded music, impacting directly on the viability of the music economy. In 2001, music sales fell by 5 per cent, and then by over 9 per cent in the first half of

2002, resulting in the inflow of capital to the industry and disastrous losses for the leading firms in the sector.

(Leyshon, referert i Watson, 2016 s. 97).

Uansett hvilken analyse man legger til grunn for konsekvensene som fulgte av piratkopiering og nedlasting, har forskuddene fra plateselskapene sunket i en grad som har påvirket studiosektoren negativt. Det uavhengige produksjonsmarkedet er nå blitt mye større enn de som er tilknyttet de store plateselskapene. Innspilt musikk blir nå finansiert i større grad av selvfinansierte artister, til fordel for de mindre studioene.

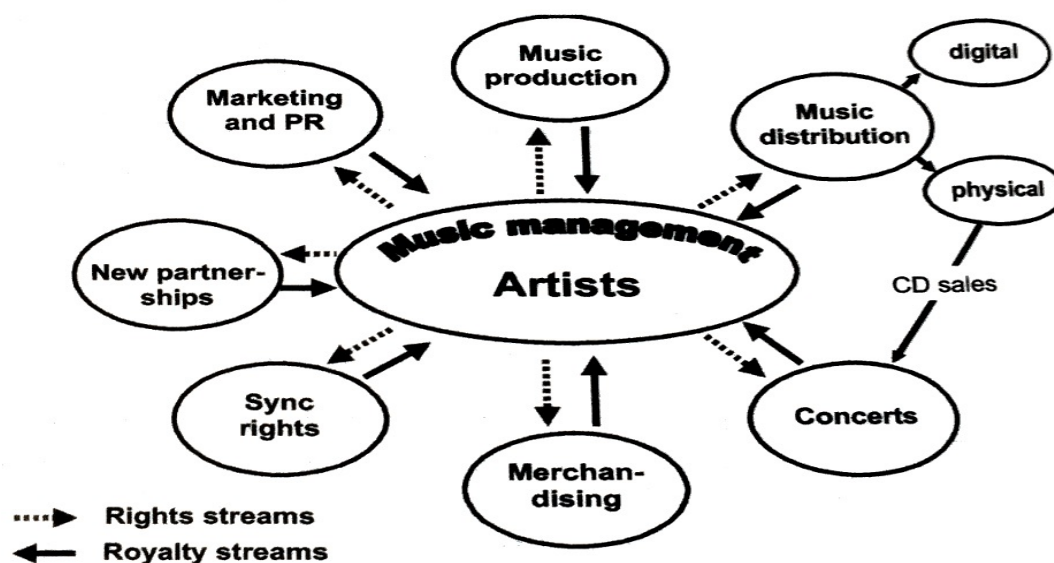
2.1.4 Crowdfunding som tilskudd til innspillingsbudsjettet

“We used to have 2,3, 400 000 thousand dollar budgets to album. Now the money is just not there in the way it used to be.”

Tom Skeeter, Studioeier, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013)

Forskudd til plateproduksjon er fortsatt i plateselskapenes domene, men nye modeller har kommet i kjølevannet av internett. Crowdfunding er tilrettelegging for at artister kan legge ut sitt prosjekt på nettsteder som Newjelly, Kickstarter og Indiegogo, slik at publikum kan donere en valgfri sum for å hjelpe artisten med å få realisert prosjektet (<https://www.indiegogo.com>). Ikosom-studien fra 2012, så nærmere på ti album som ble tilbudt støtte i tidsrommet Juni 2010 - April 2011, på seks forskjellige crowdfunding-plattformer. Kun tre av ti fikk støtten de søkte om. Studien indikerer at denne nye plattformen ikke kan erstatte de tradisjonelle forskuddene fra plateselskapene, men kan fungere som et tilskudd for å realisere prosjekter, og for å komme nærmere fansen (Tschmuck, 2016, s. 16).

2.1.5 Artisten som egenprodusent



Figur 2.

(Tschmuch, 2016, s. 16).

Platebransjen endres nå radikalt. Historisk sett har bransjen vært dominert av internasjonale multi-selskaper og norske tradisjonelle plateselskaper. Det vokser nå fram en skog av band og musikere som selv tar hånd om lydfesting av sine prestasjoner. (...) NORA skal organisere artister og band som foretar innspilling på egen hånd, og selv har eierkontroll på masteren sin – altså: egenprodusentene.

(NORA, 25.01.2016).

Begrepet 'egenprodusent' betyr at det ikke er et plateselskap som finansierer, engasjerer og eier selve innspillingen. Det er en økende tendens i markedet at artister ønsker å ha kontroll og eierskap til sine innspillinger (master tapes). Mange egenprodusenter velger likevel å leie ut, eller lisensiere, innspillingen til et plateselskap med et godt distribusjonsnett.

Organisasjonen for egenprodusentene "NORA" er motivert ut ifra et forhandlingsmotiv for disse:

- kollektiv forvaltning av fonograminnspillinger; forhandle og inngå kollektivavtaler,
- individuell forvaltning av fonogrammene; fungere som forhandlingspool.

2.1.6 Nettbutikker og streaming

“The first decade following the Napster launch was undoubtedly turbulent and had radical consequences for the industry as a whole, but the decade that followed has arguably been even more disruptive.”

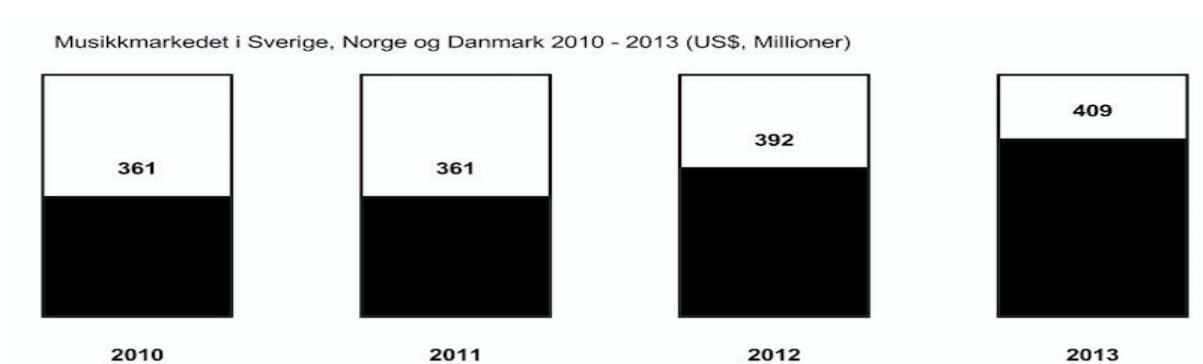
(Wikstrøm & DeFillippi, 2016, s. 2).

Apple har tatt over store markedsandeler innen musikkdistribusjon fra plateselskapene. Ved å lansere portable musikkenheter som iPod i 2001, og nettbutikker som iTunes Store i 2003 for kjøp og nedlasting av musikk, har teknologiselskapene utnyttet vakuemet skapt av plateselskapene:

“If the music companies had been able to agree on a standardized encoding method for protecting music files, then multiple online stores could have proliferated. That would have made it hard for Jobs to create an iTunes Store that allowed Apple to control how online sales were handled.”

(Isaacson, 2011 s. 395).

Siden iTunes sin opprettelse, har det blitt lastet ned mange titalls milliarder sanger fra tjenesten (Apple, 2013). I tillegg til utvalget i nettbutikker, kan man nå streame musikk via tjenester som Spotify. Siden lanseringen av strømmetjenesten i 2008, har selskapet tatt over 70% av musikkmarkedet i Skandinavia, som blir regnet som en av verdens mest avanserte markeder for strømming.



Figur 3.

(IFPI, 2013)

Som abonnementsdrevet tjeneste, har Spotify tatt betydelige markedsandeler fra iTunes, da antall kjøp av nedlastbare låter flatet ut etter lanseringen av tjenesten (Nordgård, 2016, s. 175).

2.1.7 Bransjen som nettverk

Leyshon (2001) skisserer musikkbransjen som et nettverk bestående av distinkte, men overlappende funksjoner:

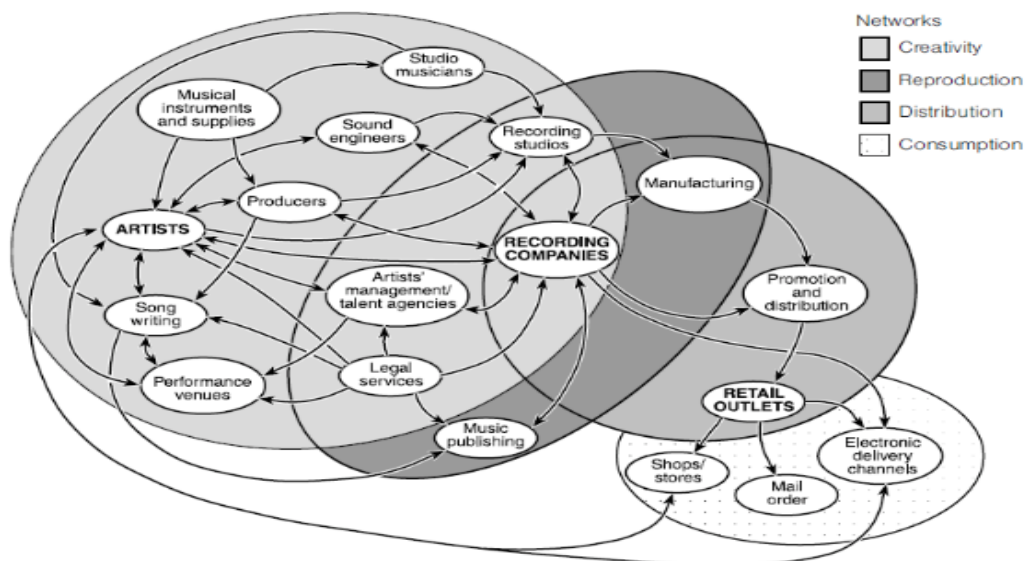


Figure 1. Leyshon's (2001) Musical Networks.

Figur 4.

Hensikten med denne komplekse nettverksmodellen, er at den kan være til hjelp til å få oversikt og sammenheng mellom aktørene i bransjen. Modellen er spesielt nyttig for å analysere nye teknologiers påvirkning på bransjen. Videre sier Leyshon at vi står overfor “(...) the emergence of a new technological assemblage within the music industry (...) organized around software formats and internet distribution systems” (Leyshon, 2001, s. 74).

“Disruptions in the production of creative goods and services have important ramifications for the continued health of the creative sector of developed economics.”

(Hammond, 2016, s. 88).

2.1.8 Spekulasjoner og rolleforvirring i bransjen

Mange har predikert plateselskapenes død de siste 15-20 årene. IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) rapporterte i 2013 at verdien av det amerikanske markedet i dollar, var 31% av dens verdi sammenlignet med året 1999 – fra 14.5 milliarder dollar i 1999, til en totalomsetning på 4.47 milliarder dollar i 2013.

(Gordon, referert i Tessler, 2016, s.33).

(...) recorded music is not in fact dying but instead undergoing a transformational process, rethinking core competencies and developing strategic partnerships throughout the music and creative industries, moving away from a model based almost exclusively on consumer sales and towards one based on a range of business-to-business partnerships across the creative industries.

(Tessler, 2016, s.33).

Medieoppmerksomheten rundt rettsaker vedrørende reforhandling av platekontrakter og teknologiske innovasjoner (Voss, 2001), kan ha overskygget parallelle hendelser som har vært viktige for platebransjens fremtid. 360 graders-avtalen er en av taktikkene noen plateselskaper har tatt i bruk for å kompensere for tap i omsetning. EMI og Robbie Williams inngikk i 2002 en avtale som sikret plateselskapet en prosentandel av artistens samlede inntektsstrømmer. Ideen om å yte flere tjenester, som tradisjonelt er utenfor jobbeskrivelsen til et selskap, har vært en bidragsfaktor til rolleforvirringer i bransjen. På en annen side, har 360 graders-avtalen vært en katalysator til å motivere en ny tanke om estetikken, og den kulturelle og strategiske forståelsen, vedrørende verdien av musikk. Bransjen har hatt en overgang fra en toppstyrt modell, til et system med flere lag. Dette har blant annet åpnet for nye modeller der man nå finner toveiskommunikasjon mellom artister og fans, så vel som artister og nye kreative industrier. Produksjonen av et album er ikke lenger under monopolet til plateselskapene, og selskaper fra utsiden av musikkindustrien har tatt over dens kjernekompetanse (Tessler, 2016, s. 35).

2.1.9 Hva er opphavsrett?

Opphavsrett til intellektuelle rettigheter er et fastsatt eierskap til kreative verk, beskyttet av loven. Skaperen eller eierne av verket forbeholder seg den eksklusive retten til å utnytte og profitere fra verket (Moser & Slay, 2014). Mange typer kreative verk har beskyttelse under loven: Sanger, lydopptak, filmer, foredrag, TV-serier, teaterstykker, dansekoreografi, bøker,

poesi, fotografi, maleri, skulpturer, dataprogram, hjemmesider, oversettelser og bearbeidelser av verk som er nevnt foran (Åndsverksloven, 1961). All distribusjon, kopiering, reproduksjon og annen utnyttelse av disse, er beskyttet under internasjonale konvensjoner og nasjonale lover. Det finnes to brede kategorier for eierrettigheter:

- 1) Eiendomsrett, fastsatt av Paris-konvensjonen 20. mars, 1883.
- 2) Vern av litterære og kunstneriske verk, fastsatt av Bern-konvensjonen, 09. september, 1886.

(Beskyttelse av immaterielle rettigheter, 2010-2011).

Det kan være vanskelig å skjønne poenget med opphavsrett til musikk, da åndsverksloven ikke nødvendigvis beskytter ting som er konkret og fysisk – man kan jo ikke lukte et teaterstykke eller måle massen til en låt.

“Intellectual property, on the other hand, cannot be possessed by anyone, although this does not mean it cannot be owned.”

(Moser & Slay, 2014, s.2).

2.1.10 Opphavsrett i et historisk perspektiv

Før opphavsrett ble et internasjonalt tema på 1700-tallet, var de fleste som jobbet innenfor kunst sett på som håndverkere som jobbet frem mot et produkt de kunne selge, ikke en idé de kunne eie. Lovfestet opphavsrett er på mange måter en forsinket respons til en av verdens største revolusjoner, Gutenberg-pressen (Towse, 2010 s.195). Etter at masseproduksjonen av trykket tekst ble effektivisert, var et av resultatene at flere bøker ble tilgjengelig for offentligheten. Men, hvem som skulle få rett til å profitere fra alle kopiene som ble solgt? Dette argumentet ble katalysatoren bak verdens første lov om opphavsrett, Statutes of Anne:

“An act for the encouragement of learning, by vesting the copies of printed books in the authors or the purchasers of such copies, during the times therein mentioned.”

(Moser & Slay, 2014, s. 15).

Denne loven ga opphavspersonen rett til fjorten år med beskyttelse av verket, i tillegg til 14 nye år, dersom opphavspersonene fortsatt var i live. Hensikten med denne inndelingen var at verket skulle tilfalle opphavspersonene, ikke forlagene, etter at retten til utnyttelse av verket gikk ut. Statutes of Anne, var en mer begrenset lov enn moderne opphavsrettslover, da den

kun beskyttet trykking og salg av bøker, og ikke musikk. Vern av musikk forekom ikke før 1842, da 'Victoria Statutes' ble implementert i det engelske lovverket (Kretchmer & Kamohl, 2004). Frem til etableringen av den multinasjonale avtalen, Bern-Konvensjonen, var det nasjonale ordninger og begrensede regionale avtaler som beskyttet retten til kreative verk. 'Bern-konvensjonen', som nå blir administrert av WIPO (World Intellectual Property Organization), var den første gjennomgående og internasjonale avtalen som kom på plass i verdenssammenheng. Hovedprinsippet bak unionen er at alle medlemslandene gir verket den samme rett til beskyttelse, uansett nasjonalistisk opphav. Den la også føringer for minimumskrav til nasjonal lovgivning for medlemslandene, blant annet beskyttelsens levetid og fordeling av rettigheter mellom forlag og opphavsperson. Bern-konvensjonen har vært igjennom flere revisjoner. I Paris-revisjonen (1971) ble det lagt til vedlegg i konvensjonen som etablerer et spesielt regime for utviklingsland. I 1995 ble konvensjonen i stor grad påvirket av en internasjonal avtale gjort av Verdens Handelsorganisasjon: 'World Trade Organization Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights', (TRIP). Denne avtalen flyttet internasjonal opphavsrett til WTOs' domene. TRIP forlenget og moderniserte medlemslandenes forpliktelse til avtalen, som nå skulle gjelde for dataprogram, utleierettigheter, fremføringsrettigheter, fonogramprodusenter og kringkastingsorganisasjoner. For at WIPO igjen kunne ta tilbake noe av kontrollen som tilfalt WTO som følger av TRIP, etablerte de en opphavsrettstraktat under Bern-konvensjonen i 1996. Denne traktaten hadde også et mål om å ta for seg opphavsrett i lys av digitalisering (Moser & Slay, 2014).

2.1.11 Opphavsrett som insentiv til å skape

I forskningsartikkelen til Klimis og Wallis (2009), diskuterer de hvorvidt dagens rettighetslovgivning er til hinder eller insentiv for å skape i en teknologisk virkelighet. Studien til Oberholzer-Gee og Strumpf ble et bidrag inn i diskusjonen om hvorvidt dagens rettighetslovgivning er nødvendig for å sikre et intensiv til å skape (Posner, 2005, s. 58). Diskusjonen definerer artistisk arbeid som entreprenørskap. Det finnes forskjellige modeller som forsøker å forklare motivasjonene bak å skape. Throsby (2001) argumenter med distinksjon mellom økonomisk kompensasjon og kredibilitet som valuta. I følge han kan man forvente å plassere artister i den ene eller andre båsen, men oftest vil man finne artister, eller skapere av musikk, et sted i mellom disse ekstremene. Artister ønsker å "leve av å skape" uten å gå på kompromiss med deres artistiske integritet. For å skape et helhetlig produkt konstaterer artikkelen at artister er villige til å gi fra seg penger og kontroll for å realisere sin

kunstneriske visjon. I en fysisk verden er disse tjenesteyterne verdifulle for å gi artistens produkt en verdi. I den digitale virkeligheten er mange, om ikke alle, blitt erstattelige. Dette frigjør artisten til å sette sammen sin egen produksjonsrekke for å skape et produkt. Artister ser nå mulighetene til å skape sin egen modell med hjelp av nye mellommenn i musikkmarkedet (Klimis & Wallis, 2009, s. 272).

2.2 Produsentens rolle

“I became a producer by default, because nobody knew what a producer was.”

Butch Vig, produsent, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

2.2.1 Hva er en plateprodusent?

En plateprodusent kombinerer rollene til regissøren og produsenten fra filmbransjen. Hun er ansvarlig for å overføre det kreative talentet over til et håndgripelig produkt. Dette ansvaret er todelt: a) *et kreativt mandat* der hun må velge sanger og arrangementer, og å sette riktig sound i de forskjellige leddene som skal med. b) *et administrativt mandat* der hun må booke studiotid, hyre musikere og teknikere, og å sørge for kalkylene og budsjettene til innspillingsprosjektet (Passman, 2011, s. 129). Innholdet i produsentbegrepet har forandret seg i takt med teknologisk utvikling. Etter snart hundre år med utvikling innen masseproduksjon av innspilt musikk, er begrepet mindre satt enn tidligere. En produsent vil definere sin rolle ut fra en mengde kriterier:

A producer is either/and/or a really good musician. Someone that's not a musician at all but just has instincts. Someone that has neither of those things but who know how to navigate through a record label. Someone who's a great engineer. Someone who doesn't know a fader from a hole in the wall. Someone who has a lot of money. Someone who has a megalomaniacal personality.

(Technology Today: Bob Power, 2008).

Et sentralt kjennetegn for en musikkprodusent, er viljen og evnen til å samarbeide om et prosjekt. Mange produsenter starter som studioteknikere eller musikere, gjerne trommeslagere og bassister, eller andre roller som er relativt uselviske i en musikalsk samarbeidssituasjon – men, det betyr ikke at alle produsenter er lette å jobbe med:

I grabbed one of the candles and I threw it against the wall as hard as I could, whacked one of them across his face. And he was like: "Ahrgh!" Screaming into the floor! It was so good! (...) I like to push it during the songs, you know. Like I would hit the guitar and like mess it up! I want it to be on fire!

Ross Robinson, produsent, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

Mange produsenter er kjent for å bruke friksjon i samarbeidet som en bevisst ingrediens, med hensikt om å få "det beste" ut av artisten. Foruten å organisere timeplanen og de økonomiske aspektene til innspillingen, er det produsentens oppgave å jobbe frem et godt produkt for plateselskap og artist. Avtalene går tradisjonelt gjennom plateselskapet som finansierer innspillingen (master tapen) de ender opp med å eie. Derfor har plateselskapene en tendens til å engasjere produsenter som dekker de ansvarsområdene som de ser som viktige for å gjennomføre et innspillingsprosjekt:

"(...) a producer might be chosen for his or her ability to understand the process of selling a final recorded project from a business perspective to a label, film licensing entity or to the buying public".

(Huber & Runstein, 2014, s. 21).

2.2.2 Snuff Garret og historien om producer royalties.

Artister på 50- og 60-tallet brukte gjerne kort tid i studio, da prosessen i stor grad var en dokumentering av en live-fremføring. Snuff Garret, en av de viktigste produsentene på denne tiden, anså det som en byrde å bruke mer enn fire til fem dager på å produsere ferdig et album. Han jobbet i sin tid med artister som Cher, Gary Lewis, Bobby Vee, Telly Savalas etc. Garret startet som A&R (Artist and Repertoire), som mange andre gryende produsenter på denne tiden. Denne rollen har vært sentral for utviklingen av produsentrollen, da A&R-personer hadde lederroller i plateselskapene. Der var de ansvarlige for å finne, signere og veilede artisten, samt å finne relevante sanger, og å lede innspillingsprosessen – nesten akkurat den samme jobbeskrivelsen som dagens musikkprodusenter. Da Snuff jobbet for Liberty Records, hadde han samme betingelser som de fleste andre produsenter, da han fikk en fastlønn basert på sin kontrakt med plateselskapet. Etter mange år med suksessplater for Liberty, gikk han til sjefen, Alvin Bennett, for å forhandle frem et nytt punkt i sin avtale. Snuff krevde én cent av hver solgte plate han hadde produsert på vegne av selskapet. Han ble

nesten sparket som et resultat av kravet, men verdien av hans metode og sound gjorde at selskapet gikk med på kravet. Denne saken har vært med på å sette trenden for at produsenter forhandler royalties basert på sin kunstneriske egenverdi (Passman, 2011 s. 128).

2.3 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle

“Paying points to a producer is a standard industry practice, and it’s one of the reasons bands go broke.”

(Albini, 2000, s. 69).

2.3.1 Intellektuelle rettigheter, royalties og honorar

Artisten engasjerer, som regel, produsenten hun ønsker å jobbe med på en innspilling. Plateselskapet godkjenner så den kreative og økonomiske planen som blir lagt frem av disse. Som en del av et tradisjonelt innspillingsbudsjett, gir plateselskapet et forskudd til plateinnspilling. Forskuddet skal dekke produksjonskostnader og honorar for alle involverte parter i produksjonen, inkludert produsenten (Tschmusck, 2009). Når innspillingen kommer på markedet, blir det avregnet royalties, prosentmessige avregninger per solgte enhet, basert på avtalen mellom partene. Produsentroyalties blir, nesten uten unntak, tatt fra artistens royalty-avregning. Dersom en artist har en avtale med et plateselskap på fjorten prosent (14%) PPD (published price to dealer), er det ikke uvanlig at en produsent ønsker ca 30% av artisten andel. Alle avtaler er unike, og det finnes mange måter å sette opp en tradisjonell produsentavtale på. Dette har som regel med struktureringen av salgsrettighetene å gjøre:

- Som en prosentsats av utsalgspris
- Som en prosentsats av engrossalg eller PPD

(Burgess, 2001, s. 150).

Noen produsenter tar ikke royalties av salg, da de hevder at det gjør artisten unødvendig fattig. Andre argumenterer med at deres sound som produsenter er så viktig for platen at mange kjøper albumet basert på artistens og produsentens samarbeid (Brown, 2009).

2.3.2 Produsentkontrakten

For å få innblikk i om det finnes standardiserte kontrakter i det norske markedet, kontaktet jeg en advokat som jobber i interesseorganisasjonen for artister, Gramart. Advokaten fortalte at det ikke finnes standardkontrakter, men at han har utarbeidet mange avtaler i løpet av årene

han har jobbet for organisasjonen. Kontrakten jeg fikk sendt over ble anonymisert og slettet for informasjon som kunne være en indikator på satser for rettigheter og honorar. Kontrakten ble formulert på vegne av en kjent norsk artist og produsent. Kontrakten inneholdt ti punkter, der det blant annet skilles mellom honorar og rettigheter:

5. KOMPENSASJON

Produsenten skal som kompensasjon for produksjonsarbeidet og de rettigheter som overdras ved denne avtale motta kr. ...,-. Artisten svarer mva. for teknisk, men ikke for kreativt, produksjonsarbeid. Kompensasjon etter dette avsnitt faktureres ved oppdragets avslutning.

8. RETTIGHETER I DET INNSPILTE VERK

Denne avtale regulerer i utgangspunktet kun utnyttelse av den konkrete innspillingen (jfr. åvl. §§42, 45, jfr. §2), og ikke det innspilte verk (jfr. åvl. §1, jfr. § 2) . Da partene også er blant de som har opphavsrettigheter i det aktuelle verk, opplyses det imidlertid kort at man er enige om å fordele opphavsrettighetene som følger:

- *[Part A]: x %*
- *[Part B]: y %*
- *[Part C]: z %*

[Part C] er ikke part i denne avtale, men har etter det opplyste godkjent fordelingen. Artisten plikter å besørge nødvendig registrering av verket i TONO med ovennevnte fordeling.

Her blir artisten ansvarliggjort for oppmelding av verksrettigheter til komponistenes vederlagsorganisasjon, TONO. Det blir ikke spesifisert hvilke prosenter som fordeles mellom de involverte partene (A, B, C). Punkt 8 regulerer først og fremst utnyttelse av innspillingen, men legger opp til at det kan ha vært artist, ekstern låtskriver og produsent som deler verksrettighetene. Til sammenligning med internasjonale kontrakter har ikke denne en “overage clause”. Dette er en klausul som legger ansvaret av produksjonskostnadene på produsentens skuldre. Dersom prosjektet går over avtalt budsjett (gjørne 10% eller mer), blir dette tatt ut av produsentens honorar eller salgsrettigheter (Burgess, 2001, s. 116). Årsaken kan være at produksjonsavtalen er gjort på utsiden av en platekontrakt, der artisten er produsentens arbeidsgiver, og ikke plateselskapet:

4. TILGJENGELIGGJØRING AV INNSPILLING

Artisten kan gjøre Innspillingen tilgjengelig under enhver label Artisten måtte ønske, herunder gjennom tredjepart. Artisten er likevel ikke forpliktet til å utnytte Innspillingen.

(Mailkorrespondanse med advokat i Gramart, 07.09.2016).

2.4 Musikkteknologisk påvirkning på produsentens rolle

"I knew from the beginning that there was a great marriage between electronics and music"

(Buskin, 2014, s. 53).

2.4.1 Produsenten Les Paul

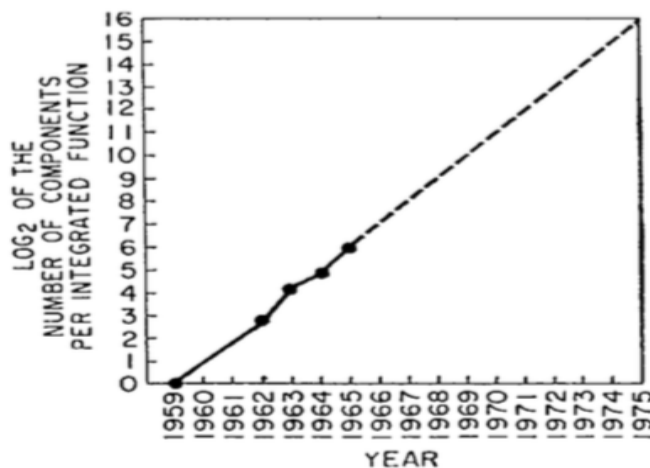
Les Paul blir regnet som en av de mest nyskapende produsentene gjennom tidene. Gjennom sin visjonære tenkning, i krysningen mellom teknikk og musikk, oppfant han konseptet "overdubbing". Dette er en innspillingsteknikk som gjør det mulig for én musiker å legge lag på lag med lyd med det samme instrumentet. I 1951 gjorde Les Paul og Mary Ford innspillingen, 'How High The Moon', der Les spilte alle gitarer og Ford sang inn alle stemmene på tape (Buskin, 2007). I stedet for et innspillingsrom fullt av gitarister og korister, kunne de nå spille inn alt selv ved hjelp av overdubbing. Studioteknikeren og gitaristen, som tidligere hadde som oppgave å fange soniske hendelser, ble i dette øyeblikket forvandlet til en kreativ kraft som kunne produsere et kunstig lydbilde uten behov for liveopptak av hele orkestre. På femti-til sekstitallet, ble musikk i stor grad lydfestet ved at musikere og orkestre spilte inn live i studio. Overdubbing på tape var en begrenset teknikk som produsenter benyttet til vokal- og tilleggs opptak, mot slutten av en produksjon. Plateselskapene har alltid hatt interesse i å ha lavest mulig produksjonskostnader for å få så høy avkastning som mulig. Dette har i mange tilfeller holdt igjen studioteknisk utvikling:

(...) This was all the more remarkable since record companies are not renowned for embracing expensive, creative or technological innovations. Digital recording took a long time to catch on, partly because of its negative effect on the bottom line; the same with stereo in the Fifties and Sixties.

(Burgess, 2001, s.116).

2.4.2 Studioets utvikling som et instrument

I 1965 predikerte Gordon Moore, en av grunnleggerne av Intel, at antall transistorer som kan integreres på en mikrobrikke fordobles hver 24. måned. Det samme mønsteret gjelder derfor for datamaskiner og annet digitalt utstyr (Moore, referert i Krukowski, 2017, s. 4).



Figur 5.

“Integrated circuits will lead to such wonders as home computers—or at least terminals connected to a central computer—automatic controls for automobiles, and personal portable communications equipment.”

(Moore, 1965).

Damon Krukowski poengterer en konsekvens av Moores lov som ofte blir oversatt -
Murphy's Moore's Law:

“If aspects of a given technology functioned better before the introduction of integrated circuits, they must be getting worse at the same fantastic rate. Twice as bad, every eighteen months...”

(Krukowski, 2017 s.4).

I 1965, på samme tid som Moore formulerte sin idé om raten vedrørende transistortetthet, var produsenten George Martin sammen med sine lydingeniører i det EMI-eide studioet Abbey Road, der de jobbet på spreng med Beatles' ”Revolver”. Det tradisjonelle lydstudioet var til for å dokumentere musikk, men synet på studioet som konsept forandret seg etter disse innspillingene. Ved å ta i bruk nye produksjonsteknikker og teknologiske nyvinninger, forsøkte de å utkonkurrere sine transatlantiske rivaler, Brian Wilson og The Beach Boys.

Resultatet og den studiotekniske prosessen bak disse albumene, blir regnet som det musikkhistoriske startskuddet for ”studioet som et instrument” (Martin, 1994). Dersom Moore’s lov alene hadde vært gjeldene for lydproduksjon, ville vi hatt en eksponentiell kvalitetsøkning innen innspilt musikk siden den gang. Det har vi ikke. Mange lydentusiaster anerkjenner ingen teknologisk utvikling innen lydproduksjon siden 1965 (Krukowski 2017, s.6).

2.4.3 Studioet som allemannseie

Frem til 50-tallet hadde plateselskapene full kontroll på produksjon, der de eide ”in-house production studios”. Da studioteknisk utstyr falt i pris forandret dette seg. En konsekvens av prisfallet førte til at selvstendige studioer og produsenter tok større markedsandeler på produksjonsfronten (Watson, 2016). Teknologien åpnet opp for at produsenter kunne etablere sine egne prosjektstudioer, der de var frie til å leke med lyd. Disse ”kreative produsentene” ble pionerer for de digitale ”soveromsprodusentene”, som kom til på 80-90-tallet:

”Through self-learning and experimentation with DAWs, so-called ‘bedroom producers’ have been able to develop skills and use recording and sound manipulation techniques that in the past had been the preserve of audio workers working in a professional studio.”

(Théberge, referert i Watson, 2016, s. 95).

Software og digitale nyvinninger ble en voksende bransjestandard mot slutten av forrige århundre. I overgangen fra analog til digital opptaksteknikk gikk prisene på visse lydenheter ned, blant annet sampleren (Collier, 2014). Ved å låne analoge konsepter fra musikalske instrumenter som mellotronen, utviklet instrumentprodusenten Akai en digital variant (SP-1200) som ble svært populær i hip hop-miljøer (Harrison, 2006).

2.4.4 Fra Slow Tools til Pro Tools

Dave Grohls’ dokumentar om studioet ‘Sound City’ (Grohl, Rota & Ramsay, 2013), tar for seg historien om det legendariske studioet og dens analoge Neve Console. Historien er preget av det digitale skiftet, der en medarbeider i studioet trosset sin tidligere samarbeidspartner ved å opprette et digitalt studio på andre siden av gaten. Handlingen er sentimental, der Foo Fighters sin frontfigur idealiserer det analoge studioet. Da Nirvana spilte inn sporet,

”Something In The Way”, til sitt andre studioalbum, ”Nevermind”, så produsenten Butch Vig at han ikke fikk til å sette innspillingen uten å ta i bruk nye hjelpemidler i studio:

I couldn't really figure out how to get the performances locked together without trying to do crazy edits with him, so somebody told me about this new digital machine. (Pro Tools) (...) It was archaic. It was incredibly slow. You can't do what you can these days in Pro Tools. You had to hit this render button. And it would take like two hours. (...) And when you finally listened to it, and you didn't like it, you had to hit undo and then try another one and hit render again, and it was like another two hours.

Butch Vig, produsent (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

2.4.5 Integritet i analog innspilling

Proessen og produksjonen til Nevermind, som i stor grad ble live innspilt på tape i løpet av 12 dager, satte den analoge trenden for band som Masters Of Reality, Kyuss og Rage Against the Machine. Nevermind ble den finansielle redningen for Sound City, og en ny analog bølge i rocken ble skapt. Uten Nirvana sin hit-plate ”Nevermind” ville studioet gått konkurs tidlig på 90-tallet.

“We Choose Sound City because Nevermind was recorded there.”

Brad Wilk, Rage Against the Machine, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

Da medlemmene i Rage gikk i studio for å produsere sitt selvtitulerte debutalbum, var det flere av medlemmene som aldri hadde vært i et innspillingsstudio tidligere. De trodde det var bransjestandard å kutte tapen med et barberblad i vinkel, og å spille inn live på tape. Som en av spydspissene til fusjonen mellom hip hop og rock, spilte bandet inn live i studio A med et lite publikum bestående av venner. Snøballeffekten tok av og flere band fikk selvtilit til å gjøre det samme, med forenkling og vintage utstyr som en sentral verdi i produksjonen.

2.4.6 Pro Tools tar markedsandeler i studiosektoren

“I cut my latest album 5 entirely in Pro Tools... No tape!”

Lenny Kravitz (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

I løpet av siste halvdel av 90-tallet avtok imidlertid den tilbakeskuende trenden, og studioene i L.A startet gradvis å bruke Pro Tools, da programvaren og prosessorene var i stand til å prosessere større mengder data i real time (Avid Knowledge Base, 2018a).

Da Kravitz spilte inn albumet ”5” i 1999, hadde Pro Tools utvikleren, AVID, integrert MIDI- og Audio-editering i en ”Piano Roll”. Dette er en grafisk representasjon av informasjonen som blir tatt opp eller importert i programmet, og der man kan notere MIDI på en tidslinje som leses av avspillingsmarkøren. Hurtigtaster for effektiv editering imponerte artister og produsenter. Tiden man tidligere brukte til å kutte og lime tape, ble erstattet med et par tastetrykk i en virtuell versjon. Med en nær sagt ubegrenset tilgang til instrumentspor og tagninger, var det mange studioer og produsenter som gikk over fra tape-maskinen til DAW (Digital Audio Workstation) (Avid Knowledge Base, 2018b).

2.4.7 Tape vs. DAW

Det startet en kulturkrig mellom tilhengerne av DAW og analog lydfesting. Der fremtidsrettet effektivitet, i form av tid og penger, var en sentral verdi for de digitale tilhengerne – lå imidlertid det analoge fokuset i prosessen, samspillet og ”det autentiske”.

I think one of the big tape manufacturers went out of business. So that REALLY pushed everybody into the digital world and the Pro Tools World. The days of moving into the studio and writing your record and recording your record and mixing your record... Those days are gone!

Nick Raskulinescz, Produsent, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013)

2.4.8 Nettverksstudioet som et kompromiss

Musikkteknologien har istandgjort en ny generasjon musikkprodusenter som ikke har klatret den hierarkiske stigen i et klassisk studio. I stedet for å starte som løpegutt eller tekniker i et profesjonelt studio, har disse startet rett på med egne midler og utstyr.

“Most of the great studios have gone out of business and a lot of what you hear on the radio was made on people’s laptops.”

Rick Rubin, Produsent, (Grohl, Rota & Ramsay, 2013).

Henrik Storstein Spilker gjennomførte en bred case studie om digital musikkdistribusjon i en norsk kontekst (Spilker, 2012). Studien var bestilt innenfor rammeverket til Norsk Forskningsråd (NFR) som en del av *Pandoras IPod-prosjektet: Music and Morality in the Information Society* (2005-2011). Studien inneholdt 22 dybdeintervju, der de fleste var i midten av tjueårene, gjennomført i perioden 2007-2008. Alle objektene var å regne som semi-profesjonelle eller gryende artister, som hadde en drøm om å kunne jobbe med musikkproduksjon på fulltid. Objektene brukte datamaskinen som hub med DAW (et musikkprogram som Logic, Pro Tools, Cubase, ect.) De jobbet innenfor de fire essensielle områdene innenfor opptak og lydproduksjon: Fler-sporsopptak, programmering av MIDI, sampling og lydbehandling.

“All of my interviewees were experienced of home studio facilities. For them, the home-based network studio represented a world of new possibilities in the creative process of making music.”

(Spilker, 2012, s. 9).

Spilker nevner at han fant fem felles motivasjonsfaktorer hos intervjuobjektene: Det *stimulerer kreativitet*, det er *økonomisk gunstig*, det er *tidsmessig effektivt*, det gir dem *økt kontroll over produksjonsprosessen*, og at nettverksstudioet gir dem tilgang til *nye måter å eksponere musikken sin på* (Spilker, 2012, s.11). Siden hjemmestudioet fra 90-tallet utviklet seg til det moderne nettverksstudioet, er det mange som har spådd det profesjonelle studioet sin død. Det har langt på vei stemt, da mange studioer er blitt lagt ned som et resultat av laber etterspørsel.

“As technologies advances, it reverses the characteristics of every situation again and again. The age of automation is going to be the age of “Do It Yourself”.”

(Jackson, 2014, s. 21).

Da Spilkers intervjuobjekter ble bedt om å sammenligne fordelene med det hjemmebaserte nettverksstudioet med det profesjonelle, viste det seg at alle favoriserte det sistnevnte. I motsetning til mange hevdelser, ble det profesjonelle studioet sett på som bedre utrustet, da det består av mer hardwareutstyr. De unge, gryende produsentene ser sine plugins og lydsimulatorer som kopier av den “ekte varen” en kan finne i profesjonelle studioer:

The home-based studio has given the interviewees the possibility of recording reasonably good music demos without relying on professional recording facilities. (...) Yet, the tendency that emerged in the interviews was that the music produced solely in home-based studios was simply regarded as “demo music.” Real releases demanded the expertise and equipment of the professional recording studios - at least for some parts of the job.

(Spilker, 2012, s. 13).

Spilker konkluderer med at hjemmebaserte produsenter ser sin løsning som midlertidig og at de egentlig har ambisjoner om å jobbe i utstyrsrike, profesjonelle studioer på heltid.

Kapittel 3

Metode

“Et design eller et forskningsopplegg er en grov skisse til hvordan en konkret undersøkelse skal utformes”

(Ringdal, 2013, s.93).

3.1 Forskningsdesign

Oppgaven jeg hadde tenkt å skrive ble noe omdefinert, da jeg hadde en mistanke om at produsenten, og ikke låtskriveren, var nøkkelen til funnene jeg var ute etter. Derfor bestemte jeg meg for å skifte fokus fra låtskriver- til produsentrollen. Selv om jeg måtte formulere en ny problemstilling og finne nye intervjuobjekter var tema det samme. Designet legger føringer for hvordan forskningsprosessen skal se ut. På bakgrunn av teori og empiri, legger designet premissene for hvordan dataen blir behandlet (Sayer, 2010). Ofte blir kvalitative forskningsdesign presentert på en logisk og lineær måte, men dette er ofte langt fra sannheten bak de fleste design, som ofte er lite oversiktlige og i stor grad foranderlige. Kvale og Marshall (2010) diskuterer hvorvidt den formelle presentasjonen av forskningsdesign har sin bakgrunn i dens avhengighet til midler forskerne må søke om. Den radikale behavioristen, B.F Skinner, argumenterer for et mer kaotisk syn på forskningsdesignet:

One example of actual scientific research is “A Case History in Scientific Method”, by Skinner (1961). He dismisses the formalistic way of presenting research and

describes the many chance happenings and surprises from his own experimental research on behavior that led to significant discoveries of animal and human behavior.

(Kvale, 1996, s. 84).

3.2 Forskningsstrategier

Basert på generelle karakteristikk er det to hovedtilnærminger - *kvalitative metoder* fremhever innsikt og at *kvantitative metoder* generer oversikt (Tjora, 2010).

“(...) en kvantitativ forskningsstrategi er basert på talldata, mens kvalitativ metode er basert på tekstdata.”

(Tjora, 2012, s. 22).

Kvalitativ Metode → Innsikt → Forståelse	Kvantitativ Metode → Oversikt → Forklaring
---	---

Figur. 6

Dette medfører en viss grad av riktighet, men den grove karakteristikk skjuler en viktig forskjell mellom metodene. Det er ofte andre aspekter av det samme fenomenet man kan forklare ved bruk av kvantitative metoder, enn dem man kan forstå ved kvalitative metoder (Tjora, 2010, s. 19).

Hadde jeg hatt bredere forskningsrammer ville jeg inkludert kvantitative metoder, gjerne i form av spørreundersøkelser, for å få dekket enda flere aspekter ved spørsmålet. Jeg har valgt å begrense meg til den kvalitative metoden i form av dybdeintervjuer. I forskningsdesignet velger jeg å bruke stegvis-deduktiv-induktiv metode (SDI), (Tjora, 2010, s. 155), der målet er å formulere konsepter som svar på min problemstilling.

3.3 Valg av Metode

“Et design eller et forskningsopplegg er en grov skisse til hvordan en konkret undersøkelse skal utformes”

(Ringdal, 2013, s.93)

Musikkfeltet, spesielt i bransjesegmentet, er under utvikling når det kommer til fagfelleverderte bøker og forskningsartikler. Mangel på relevant litteratur innenfor tema var

en av årsakene til at jeg bestemte meg for å bytte fokus fra låtskriver- til produsentrollen. På toppen av det, var jeg i tvil om hva slags metode jeg skulle ta i bruk, da jeg er lite bevandret i forskningsarbeid. Veilederen min tipset meg om en studie av Henrik Storstein Spilker, bestilt innenfor rammeverket til Norsk Forskningsråd (NFR), som en del av *Pandoras IPod*-prosjektet: *Music and Morality in the Information Society* (2005-2011). Studien inneholdt tjueto (22) dybdeintervju av gryende produsenter, der de fleste var i midten av tjueårene, gjennomført i perioden 2007-2008. Da jeg hadde lest studien, bestemte jeg meg for å velge en kvalitativ metode, der dybdeintervju med åpne spørsmål sto sentralt i det påtenkte designet. Etter samtalen med min veileder fant jeg ut at jeg allerede hadde bestemt meg for hvilken vei jeg ønsket å gå for å finne svar.

”Mye av argumentasjonen for eller imot den ene eller andre metoden bærer ofte preg av et behov for å argumentere for valg som allerede er tatt.”

(Tjora, 2010,s. 19).

Da jeg fant Kvales oversikt over de kronologiske stegene i et kvalitativt intervju, var jeg ikke lenger i tvil; for å forstå produsentenes *eventuelle* økonomiske ønsker bak deres kreative valg, måtte jeg få enkeltpersonen til å åpne seg i en mellommenneskelig situasjon - ikke rekruttere mengder av produsenter til å delta i en kvantitativ studie, selv om jeg også muligens kunne fått ærlige svar i en anonymisert undersøkelse. Jeg måtte slippes inn i deres opplevde verden for å forstå deres intensjoner og forholde meg til det på en tilsiktet naiv måte. I boken “Interviews” gjør Steinar Kvale gjør rede for tolv steg for å forstå det kvalitative intervjuet.

<ul style="list-style-type: none"> • 1. Life World (Opplevd verden) 	Intervjuets tema dreier seg om intervjuobjekt opplevde verden og hverdag.
<ul style="list-style-type: none"> • 2. Meaning (Mening/Hensikt) 	Intervjuet har som hensikt å tolke meningen ved sentrale tema til intervjuobjektets opplevde verden og hverdag.
<ul style="list-style-type: none"> • 3. Qualitative (Kvalitativ) 	Intervjuet søker kvalitativ kunnskap og informasjon uttrykt i normalt språk.
<ul style="list-style-type: none"> • 4. Descriptive (Beskrivende) 	Intervjuet forsøker å fange, åpne og nyanserte beskrivelser av Intervjuobjekts opplevde verden.
<ul style="list-style-type: none"> • 5. Specificity (Spesifisitet) 	Beskrivelser av spesifikke situasjoner eller sekvenser er ikke er fremkalte, ikke generelle meninger.

Figur 7a)

(Kvale, 1996 s. 30).

<ul style="list-style-type: none"> • 6. Deliberate Naïveté (Tilsiktet Naivitet) 	Intervjueren utviser en åpenhet til nye og uforventede fenomen, i stedet for å ha ferdige kategorier og skjema for tolkning.
<ul style="list-style-type: none"> • 7. Focused (Fokusert) 	Intervjuet er fokusert på spesifikke temaer; Det er ikke en streng struktur, men heller ikke helt udefinert.
<ul style="list-style-type: none"> • 8. Ambiguity (Tvetydighet) 	Intervjuobjektets utsagn kan noen ganger være tvetydige og kontroversielle i deres opplevde verden.
<ul style="list-style-type: none"> • 9. Change (Forandring) 	Intervjuobjektet kan oppleve nye perspektiv og innsikt i tema, og dermed forandre forklaring og meninger om tema i løpet av intervjuet.
<ul style="list-style-type: none"> • 10. Sensitivity (Følsomhet) 	Intervjueren kan produsere forskjellige utsagn fra objektet, basert på hvor mye kunnskap intervjueren har om tema.
<ul style="list-style-type: none"> • 11. Interpersonal Situation (Mellommenneskelig Situasjon) 	Den samlede kunnskapen som blir produsert er en mellommenneskelig utveksling.
<ul style="list-style-type: none"> • 12. Positive Experience (Positiv Opplevelse) 	Et godt gjennomført intervju kan være en berikende erfaring for intervjuobjektet, ved å muligens få ny innsikt i et levd liv.

Figur 7b)

(Kvale, 1996, s. 31).

Jeg er interessert i å finne ut om produsenter har økonomiske intensjoner bak de kreative valgene de tar på vegne av artister i en studiosituasjon. Jeg er avhengig av å fange deres opplevde verden for å finne svar - derfor har jeg valgt å dybdeintervjue fire (4) topprodusenter for å generere rådata, i tillegg til én intervjutranskripsjon av artisten Kygo.

3.4 Rådatagenerering gjennom bruken av dybdeintervjuer.

Studier som fokuserer på et mikrosamfunn, som arbeidskulturen i en organisasjon, vil typisk ta i bruk case studier som strategi for datainnsamling. Jeg er på utkikk etter en del av sammenhengene mellom intervjuobjektene (Heretter referert til som INT. 1 - INT. 4), men antallet deres gjør at jeg ikke ser det som en fordel å benytte meg av case-studie. Jeg har dybdeintervjuet fire (4) norske topprodusenter for å generere empirisk data, i tillegg til å transkribere ett pre-eksiterende intervju. Jeg har valgt å holde meg til intervju med åpne spørsmål uten en bestemt tidsramme, for å skape en mest mulig realistisk samtale. Ved å følge den naturlige og åpne samtalen har samtlige intervju vart mellom 35 – 45 minutter:

- Int 1. → 41.29, 15 (Minutter. Sekunder), (Sider)
- Int 2. → 45.46, 15

- Int 3. → 40.04, 12
- Int 4. → 35.13, 13

Etikken og påliteligheten til dataen som er blitt generert, med påfølgende valg og omstendigheter, kan være vanskelig. Hvordan man skal forholde seg til data som kommer ut av denne intersubjektive samtalen er en viktig diskusjon (Tjora, 2010). Jeg har likevel valgt dette, da jeg mistenker at dersom jeg hadde gått for lukkede spørsmål, i form av en satt intervjuguide, ville jeg gått glipp av mye informasjon og refleksjon rundt tema.

En av bekymringene jeg hadde var den løse rammen intervjuene var plassert i. Derfor formulerte jeg en temasortert intervjuguide, slik at jeg sørget for å få med de mest sentrale spørsmålene. Rammen for guiden ble sprenget tidlig i intervjuene, da den naturlige samtalen raskt tok overhånd. Allikevel satt jeg igjen med en følelse av at jeg fikk dekket det jeg ønsket å gå gjennom. Jeg fikk brukt intervjuguiden mer som en sjekklister enn som en mal. Trost, (1993, s. 25), argumenterer for en begrenset bruk av forhåndsformulerte spørsmål, da dette vil legge bånd på den kvalitative metoden. Han anbefaler heller å ta i bruk kategorier eller spørsmålsområder, slik at den frie samtalen kan flyte fritt og spontant. Mitt ønske i forkant av intervjuene var å legge til rette for dokumentering av den gode og åpne samtalen. Jeg bestemte meg for at stedet for gjennomføringen av intervjuene var viktig. Jeg møtte alle objektene på deres hjemmebaner, Int 1. – 3. i deres studioer, og Int 4. på hans kontor.

3.5 Transkripsjon - bearbeiding av rådata

Samtalen, i form av intervjuet, er en utveksling mellom to personer - det levde liv blir fryst i tid og gjort om til transkripsjon. Å transkribere et intervju fra opptak til tekst er ikke uten konsekvenser. Det involverer oversetting fra tale til skrift - formater med sine egne sett med regler. I overgangen mellom formater skjer det en fortolkning som på en eller annen måte må komme frem i transkripsjonen (Kvale & Marshall, 2010).

“Transcripts are decontextualized conversations, they are abstractions, as topographical maps are abstractions from the original landscape from which they are derived.”

(Kvale, 1996, s. 165).

I overgangen fra tale til tekst har jeg valgt en verbatim tilnærming til transkripsjonene. Selv om intervjuene er gjennomført på forskjellige tidspunkt og lokasjoner, hadde jeg som utgangspunkt å foreta alle intervjuene med likt verktøy.

Jeg brukte MacBook Pro, mid 2010 (Hardware) og Logic Pro X (Software) som dokumentasjonsverktøy.

“Different transcripts are constructions of different worlds, each designed to fit our particular theoretical assumptions and to allow us to explore their implications”.

(Mishler, 1991, s. 271).

Jeg har valgt å ta med den uformelle tonen i starten av intervjuet, før spørsmålene, slik at jeg lettere kan sette meg inn i affekten den spesifikke situasjonen hadde. Jeg har valgt å markere følelsesmessige og nonverbale reaksjoner med en stjerne (*), etter det som er blitt sagt: ”Jeg ble sinnssykt glad da min kone fortalte at hun skulle gå fra meg” * Sarkastisk tone. Dette er slik at transkripsjonen i større grad skal få frem sammenhengen mellom noe som blir sagt eller gjort. Parentesene ,(), som er inkludert i transkripsjonene, er ment for å være oppklarende med tanke på referanser til ting som blir sagt tidligere i intervjuene. Dette er slik at jeg ikke skal trekke feilslutninger i analysen.

3.6 Valg av intervjuobjekter

Jeg kjenner til intervjuobjektene 1., 2. og 4. fra før. Én av dem har jeg en sosial og profesjonell relasjon til, slik det ofte er i musikkbransjen. Vi har studert, forelest, turnert og blitt hyret til felles oppdrag over flere år. Slik som jeg, er mange av mine kontakter og samarbeidspartnere relativt unge, mellom tjuefem til tretti (25-30) år, men til tross for deres unge alder har de rukket å stake ut en respektabel kurs i sine karrierer. Int. 1. og 2. kommer fra samme sted og har gått på videregående musikklinje sammen. De har spilt i mange band sammen før, under og etter musikkstudiene de tok på forskjellige konservatorier. Mot slutten av studiene, startet de opp som produsenter og har holdt virksomheten gående i ca. fem (5.) år. Deres raske vei til toppen i norsk musikkbransje gjør dem til et relativt sjeldent tilfelle. Mitt mål med å spørre dem om å stille til intervju, var å fange de gode samtalene vi har hatt i løpet av tiden vi har kjent hverandre, uten at det skulle oppstå en kunstig situasjon mellom meg som forsker og dem som objekter. Kontrasten i deres refleksjoner blir også enda tydeligere på grunn av deres tette samarbeid. For å kunne generere et bredt nok datagrunnlag har ikke INT. 3 og 4. samme kjennskap til meg eller til hverandre. De har ulik alder, arbeidsmetoder og de kommer fra forskjellige produksjonstradisjoner. Disse ser jeg som en kontrast til bakgrunnene til 1. og 2., da 3. er ung og digital og 4. er godt voksen og analog.

Oppsummering av kriterier for valg av intervjupersoner:

INT 1. og 2.

- Profesjonelle produsenter. (Har sine primære inntektskilder som musikkprodusenter)
- Bakgrunn som utøvende musikere.
- Ung voksen, tjuefem til tretti (25-30) år gamle.
- Digital-analoge i sitt utgangspunkt som produsenter. (Hardware og Software)
- Jobber i team med hverandre, men lar seg intervju separat.

INT 3.

- Profesjonell produsent.
- Bakgrunn som utøvende musiker i utdanning, men ikke i jobb.
- Ung voksen, tjue til tjuefem (20-25) år gammel.
- Digital i sitt utgangspunkt som produsent. (In the Box-digital)
- Jobber i team med andre i et kollektiv, men lar seg intervju separat.

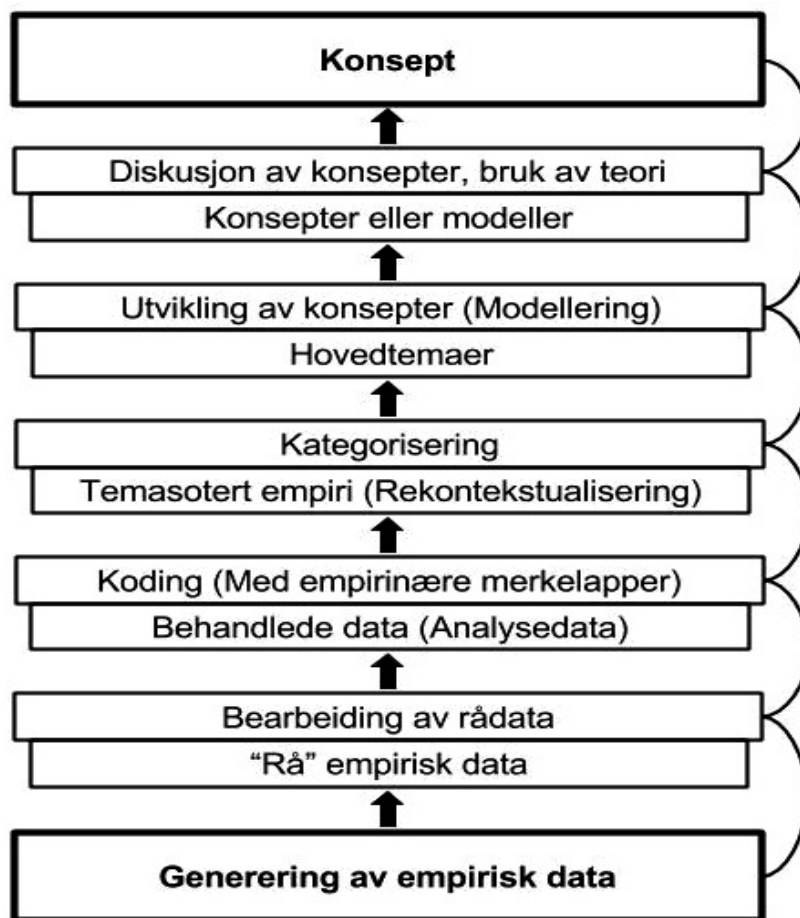
INT 4.

- Profesjonell produsent og studioeier.
- Bakgrunn som utøvende musiker og komponist.
- Godt voksen, 59 år gammel.
- Analog i sitt utgangspunkt som produsent.
- Jobber som leder og produsent i et selvstendig studio.

3.7 SDI-metoden

Med stegvis-deduktiv-induktiv metode blir det jobbet stegvis fra rådata til utforming av en teori eller et konsept (Tjora, 2010).

En induktiv prosess vil si at man trekker konklusjoner på bakgrunn av et begrenset antall observasjoner - man drar slutninger fra det individuelle over til det allmenne for å forme en teori eller et konsept. Parallelt med den induktive prosessen foregår det en deduktiv prosess. Tanken er at man "går tilbake" for å se det teoretiske i et empirisk lys.



Figur 8.

(Tjora, 2010, s. 156).

“På vei opp” er den induktive prosessen. Man jobber seg stegvis opp fra rådata til konsepter. “På vei ned” er den deduktive ”kryssjekkingen” av skapte teoretiske konsepter med den innsamlede empirien. Denne modellen har som mål å virke som et verktøy til utvikling av ny teori eller et nytt konsept.

“Å utvikle ny forståelse på et teoretisk nivå er en forventning man kan ha til erfarne forskere eller gode forskerteam, men neppe noe man stiller krav til en mastergradsoppgave.”

(Tjora, 2010, s 165).

Foruten å bli lettet av passasjen over, bekrefter sistatet at jeg er på utkikk etter konsepter og tendenser, og ikke utvikling av en helhetlig teori. Jeg tar i bruk SDI-metoden for å generere rudimentære konsepter som andre, mer erfarne forskere kan ta tak i, om det er interesse for det. Jeg er altså på utkikk etter konsepter eller tendenser jeg kan formulere på bakgrunn av rådataen jeg har samlet inn. Denne modellen tilbyr en oversiktlig og systematisk fremdrift i et

kvalitativt forskningsopplegg. “Grounded Theory”, (Strauss & Corbin, 1998), tilbyr en tilbakekobling de kaller *theoretical sampling*, der man i konseptutviklingen finner ut av om man trenger mer empirisk data for å komme seg videre i forskningsarbeidet. Et oppfølgingsintervju kan gjennomføres for å få mer “kjøtt på beinet”. Koding er neste ledd i SDI-metoden. Her er det som regel hensiktsmessig å jobbe så nært opp mot empirien som mulig, med begreper som allerede finnes i intervjuet. Dette er en systematisk og detaljert prosess der en god representasjon av empirisk data må fremheves. For å sitte igjen med *temasortert empiri* må man jobbe seg gjennom transkripsjonene ved å opprette koder som med ord og uttrykk beskriver avsnitt eller enda mindre utsnitt av datamaterialet. Det finnes ingen riktig eller gal måte å kode tekst på (Tjora, 2010, s.159-160).

“Det viktige er at vi kan dokumentere at vi har tatt noen “analytiske grep” om datamaterialet vårt (...)”

(Grenness, 2004, s. 180).

Min tilnærming for å skape koder og utsnitt jeg kan sammenligne, var ved å sortere empirien etter hovedtemaer jeg trakk ut fra spørsmålene i intervjuene. Siden Intervjuene ble gjort i en fri samtaleform, tenker jeg at det er hensiktsmessig å starte her, slik at jeg kan identifisere og linke dataen som har relevans for tema og problemstilling. Jeg har jobbet systematisk gjennom tre (3.) steg, fra spørsmål-nivå, før jeg har tatt i dataen fra svarene til INT. 1 – 4, på svar-nivå. Det første steget var å trekke ut spørsmålene fra transkripsjonene til et skjema fra hvert individuelle intervju. Fra spørsmålene fant jeg tre hovedkategorier, der kategori tre (3 Avtaler) har to sub-kategorier (a og b).

- 1 Produsentrollen
- 2 Musikkteknologi
- 3 Avtaler:
 - a) Låtandeler → Intellektuelle rettigheter
 - b) Honorar → Økonomisk kompensasjon

Etter at jeg hadde funnet hovedkategoriene, trakk jeg ut like spørsmål fra intervjuene, eller spørsmål som var like i natur, til sammenligning. Deretter opprettet jeg et kodesett basert på svarene gitt av intervjuobjektene. Kodesettet er renskrevne formuleringer, ord og uttrykk fra

intervjuobjektene sine svar. Som siste steg i kodingen, satt jeg den behandlede dataen opp i en skjematisk oversikt for en komparativ analyse.

a) Opprinnelig spørsmål	b) Renskrevet spørsmål med koder	c) Opprinnelig svar	d) Renskrevet svar med koder
--------------------------------	---	----------------------------	-------------------------------------

Figur 9.

Eks:

- Spørsmål til INT 1: “Hva er det begrepet “Produsent” betyr for deg?”
- Spørsmål til INT 2: “Hvem kan kalle seg en “produsent” i 2016 og hva innebærer det?”

Etter at jeg trakk ut svarene fra kategoriene, fant jeg færre sammenfallende spørsmål enn jeg hadde forventet. Jeg hadde en mistanke om at dette var en mulighet, da jeg valgte å ha fri samtale som intervjuform. Jeg hadde kategoriene, men manglet verktøy for å kunne analysere dataen komparativt. Derfor gjennomførte jeg en ny runde med analyse som ikke inkluderte bruken av en datamaskin. Jeg skrev ut samtlige intervju (INT. 1 – 4, i tillegg til Kygo-transkripsjon), og gikk over med markeringspenner med farger som representerte hver sin kategori:

Gul – Produsentens rolle og rolleforvirringer i bransjen.

Orange – Musikkteknologisk påvirkning på produsentrollen.

Blå – Avtaler om forskudd forskudd (honorar) og salgsroyalties.

Rosa – Avtaler om Intellektuelle rettigheter.

Etter at jeg gikk gjennom hvert individuelle intervju, streket jeg under sitater med farger tilknyttet sin kategori. Etter dette gjennomførte jeg siste runde med analyse ved å samle alle kategoriene, uavhengig av intervjuperson, inn i ett dokument hver. På den måten fikk jeg redusert empirien og effektivt sortert etter temaer på bakgrunn av valget om å intervjuer uten en satt intervjuguide.

noe om *pragmatisk gyldighet*, fordi de lærer oss noe om menneskers levde verden og er med på å påvirke teoriutvikling. Hvorvidt det er ligger en kommunikativ gyldighet til grunn, avgjøres i dialog med forskersamfunnet (Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 34).

3.9 Generaliserbarhet

“Flexibility and openness are linked with having learned to sustain a fair amount of ambiguity.”

(Strauss & Corbin, 1998, s. 5).

Med bakgrunn i den åpne samtalen og bekjentskapet til en av objektene, bekymret jeg meg for ledende spørsmål i forkant av designet. Hvordan kan man holde en normal samtale med en person man kjenner uten å stille ledende spørsmål?

Although the wording of a question can inadvertently shape the content of an answer, it is often overlooked that leading questions are also necessary parts of many questioning procedures; their use depends on the topic and purpose of the investigation. Leading questions may be deliberately posed by interrogators to obtain information they suspect is being withheld.

(Kvale, 1996, s.158).

Jeg bestemte meg for å ikke la dette stå i veien for valget av en fri tilnærming til intervjuene, da jeg fort kunne finne det nødvendig å få utfyllende og tydelig informasjon ved å stille ledende spørsmål. Verdien som legger føringer for overførbarheten til forskning, dikteres av hvilken forskningsgren man jobber innenfor. I en kvalitativ tradisjon, innenfor samfunnsforskning, benytter man seg av en statistisk form for generalisering for å få frem fellestrekk ved utvalget, kontra fellestrekk ved hele populasjonen. Hvordan generalisering gjøres i en kvalitativ tradisjon er en pågående diskusjon. Tjora mener at begrepet “generaliserbarhet” er et uheldig uttrykk, da dette er en opplagt kvalitetsindikator i all forskning.

”I enkelte prosjekter ser man bort fra temaet generalisering (...)

I enkelte forskningsoppdrag er vi interessert i å belyse eller løse et konkret problem snarere enn å utvikle innsikt som går utover det helt spesifikke tilfellet (caset).”

(Tjora, 2010, s. 180).

Videre skisserer han tre (3) former for generalisering i kvalitativ forskning:

- Naturalistisk generalisering:

Dersom rapporteringen i forskningen redegjør godt nok for detaljene som blir studert, kan leseren selv vurdere om funnene har gyldighet.

- Moderat generalisering:

Denne er nokså lik generaliseringen som foregår i kvantitativ forskning. Forskeren selv beskriver i detalj i hvilke situasjoner resultatene vil være gyldige.

- Konseptuell generalisering:

Ved bruk av kvalitativ forskning kan man utvikle teorier, konsepter eller typologier som har relevans for andre tilfeller enn temaet som blir studert. Konseptuell generalisering ligger nærmest SDI-metoden jeg tar i bruk.

3.10 Etikk

”En intervjuundersøkelse er en moralsk undersøkelse.”

(Kvale & Brinkmann 2009, s. 79).

Moralske spørsmål er knyttet til midlene og målet til intervjuundersøkelsen. Det er fordi at interaksjonen i intervjusituasjonen påvirker intervjupersonene, og kunnskapen som oppstår i den skapte situasjonen (Kvale & Brinkmann, 2009). Det latinske *mores*, der vi har ordet moral fra, er oversatt fra det greske *ethos*, som betyr karakter. Etikk betegner typisk noe formelt, for eksempel ”etiske retningslinjer” – moral henviser ofte til oppførsel i konteksten av dagliglivet, for eksempel ”dagliglivets moral” (Annas referert fra Kvale & Brinkmann, 2009).

Videre skisserer Kvale og Brinkmann syv etiske problemstillinger gjennom hele intervjuundersøkelsen:

1. *Tematisering* – Verdien av det vitenskapelige fokus med hensyn til forbedring av den menneskelige situasjon.
2. *Planlegging* – Å planlegge informert samtykke, sikre konfidensialitet og vurdere konsekvensene for intervjupersonene.
3. *Intervjusituasjonen* – Vurdere konsekvenser for intervjupersonene og intervju rapportens konfidensialitet.
4. *Transkribering* – Å vurdere en lojal transkripsjon målt opp mot intervju personenes muntlige uttalelser.

5. *Analysering* – Hvor dypt og kritisk intervjuene kan analyseres, og om intervjupersonene bør ha en stemme inn i hvordan uttalelsene deres tolkes.
6. *Verifisering* – Forskerens etiske ansvar i å rapportere kunnskap som er verifisert og så sikker som mulig.
7. *Rapportering* – Her må konsekvensene for intervjupersonene, gruppen eller institusjonen de representerer vurderes, sett gjennom linsen til konfidensialitetsprinsippet.

(Kvale & Brinkmann, 2009).

Disse fasene har jeg tatt høyde for i min *etiske protokoll* (Kvale & Brinkmann, 2009) da jeg inngikk avtaler, gjennomførte intervjuene og analyserte svarene fra intervjupersonene. Det har blant annet resultert i at jeg har anonymisert tre (3.) av de fire (4.) intervjupersonene mine, etter ønske fra dem selv. Slik jeg beskrev i 3.6, er det de unge produsentene (INT 1. – 3.) som ønsker å holdes anonyme, da de ikke har underrettet noen av artistene de jobber med om avtalene og omstendighetene de snakker så åpenhertig om. Derfor har det vært sentralt for meg å benytte meg av NSD (Personvernombudet for forskning) sine retningslinjer for anonymisering. Det samme gjelder for historien jeg skildrer i det innledende kapittelet. Jeg har, som følger av anonymiseringen, ikke meldt inn mitt prosjekt til NSD:

Dersom du kun skal behandle anonyme opplysninger, skal du ikke melde prosjektet. Et anonymt datamateriale består av opplysninger som ikke på noe vis kan identifisere enkeltpersoner, hverken direkte, indirekte eller via e-post/IP-adresse eller koblingsnøkkel. Et anonymt datamateriale inneholder altså ingen personopplysninger.

(NSD, 2018a).

Selv om NSD ikke anbefaler å melde inn forskningsprosjektet, anbefaler de å ta høyde for følgende:

- *slette direkte identifiserende opplysninger (inkludert koblingsnøkkel/navneliste)*
- *slette eller omarbeide indirekte identifiserende opplysninger (for eksempel ved å grovkategorisere variabler som alder, bosted, skole e.l.)*
- *slette (eller redigere/sladde) lydopptak, bilder og videoopptak*

(NSD, 2018b).

Avtaler i musikkbransjen er skjøre - ofte gjort på et håndtrykk. Konfidensialitet er et godt tegn på tillit. Bjørn Ole Rasch, Intervjuperson fire, (4.) derimot, har en slags referansefunksjon til de unge, da Rasch er godt voksen og har levd gjennom flere faser i bransjen som produsent. Etter avtale sendte jeg mine transkripsjoner til samtlige intervjupersoner, inkludert Rasch, da jeg ønsket å forsikre meg at det ikke oppsto noen mistolkninger i overgangen fra fra samtale til transkripsjon (Ref. 3.5). Det transkriberte intervjuet av Kygo, fra det NRK-produserte programmet ”Nøkkelen Til Suksess”, anser jeg som et offentlig sendt TV-program som ikke innebærer noen konsekvenser, utenom for det valget Kygo og programprodusentene allerede har tatt.

Kapittel 4

Presentasjon av funn og analyse

I denne delen presenterer, analyserer og drøfter jeg det empiriske materialet i lys av den teoretiske tolkningsrammen presentert i kapittel 2. Kapittelet har som hensikt å klargjøre sentrale begreper og å gi en faglig forståelse i henhold til problemstillingen. Ved å bruke Tjoras SDI-modell (Tjora, 2010) i designet, har jeg nå redusert datamaterialet fra kategorier til hovedtemaer. I dette kapittelet har jeg valgt å presentere funnene sammen med analysen. Dette gjør jeg for å jobbe så nært opp mot empirien som mulig (Grenness, 2004, s. 180). Kapittelet er strukturert etter hoved- og undertemaene.

4.1 Produsentens rolle

- 4.1.1 Produsentrollens funksjon
- 4.1.2 A&R-rollen og dens relevans til produsentrollen
- 4.1.3 Studioteknisk påvirkning på produsentrollen - ”Å ta på lyden”
- 4.1.4 Pre-Prod fasen; soveromsprodusenten som komponist og arrangør

4.2 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle

- 4.2.1 Honorar; forskudd og plateselskapenes økonomi
- 4.2.2 Produsentroyalties
- 4.2.3 Komponistandeler

4.2.4 Forskningsspørsmålet

Jeg drøfter empirien opp mot det teoretiske rammeverket i kapittel 2 i hvert undertema. Underveis i analysen utdyper jeg aspekter av teorien som ikke presenteres som en del av tolkningsrammen, men som bidrar til å forstå analysen. Empirien blir presentert assortert etter intervjuobjektene (INT 1. - 4), med utfylling fra Kygo-transkripsjonen (NRK), og kommentar fra Jan Bang (UiA). Jeg inkluderer spørsmål i *kursiv* i de tilfellene der spørsmålet er naturlig tilknyttet utsagnet til intervjupersonen. Dette gjør jeg for å gjøre det enklere for leseren og for hensiktsmessigheten i å ramme inn korte og bekreftende ja/nei-svar. Margen er lik som i resten av avhandlingen, men intervjuutdragene er satt i en mindre skriftstørrelse enn i de andre kapitlene. Slik jeg skrev om i 3.8 er transkripsjonene blitt anonymisert. Jeg har, etter avtale med personene, satt inn kjønnsnøytral pronomener i intervjuutdragene.

4.1 Produsentens rolle

Innledning:

Undertemaet 4.1.1 har ikke som hensikt å definere produsentrollen konkret, da dette er bort imot umulig med bakgrunn i alle variantene som finnes i dagens produksjonsmarkedet (Technology Today: Bob Power, 2008). Målet er snarere å finne funksjoner til rollen med utgangspunkt i intervjupersonenes egne erfaringer fra bransjen. Thagaard (2013) nevner viktigheten av at forskeren reflekterer over hva som bidrar til at tendenser i materialet fremtrer som vesentlige, heller enn å fokusere på fenomenets utbredelse. I den forbindelse ønsker jeg å løfte frem A&R-rollen i 4.1.2, som kom opp som et tema intervjupersonene selv løftet frem. Undertemaet fokuserer på funn tilknyttet A&R-rollen og dens relevans for produsentens rolle. I 4.1.3 går jeg videre til drøfting av funn tilknyttet studioteknisk påvirkning på rollen, der bruken og funksjonen til studioutstyr står sentralt. Denne delen er ment som et springbrett til 4.1.4, som tar for seg hvordan produsentene jobber, med pre-produksjonsfasen som en linse til deres syn på nettverksstudioet (Spilker, 2012).

4.1.1 Produsentrollens funksjon

INT 1:

Når jeg sier jeg er en produsent, så ser jeg på meg selv som en som jobber sammen med artisten fra demostadiet, i arrangering, spiller inn elementer (spor) på nytt, vi bruker kanskje noe av det som er gammelt... Vi tar tak i det utgangspunktet som har vært og får det til å blomstre - til det som jeg eller som artisten kan se for seg at det skal låte. Men ofte så opplever jeg at man vil til det samme stedet.

(...) Jeg har et inntrykk av at forskjellen er at alt var mye mer inndelt i roller før. Mye mer tydelig hva en produsent var. I dag er det begrepet veldig vidt og det inneholder så mye forskjellig. (...) Jeg har jo ikke vært så lenge i den her bransjen, men det er veldig tydelig at det har skjedd mye forandringer (på kort tid). Det er det jo. Og det påvirker jo da både plateselskapene og produsentene og...

Hele næringskjeden?

Ja, hele næringskjeden. Rett og slett.

INT 2:

Slik jeg ser det, så er produsentens rolle det å ha et slags overordna ansvar for at en innspilling blir foretatt og gjennomført. Og det inkluderer det kunstneriske og musikalske uttrykket. (...) Men, så finnes det jo ekstremt mange forskjellige type produsenter i dag. Jeg tror at for femti år siden var den mye mer definert enn det den er i dag, da. Jeg tror at for femti år siden, så var det mye mer definert enn det det er i dag. (...) Skillelinjene er litt sånn... Hva skal man kalle det? "Blurry". (uklart)

INT 3:

Si det? Det er jo, igjen, veldig veldig svært liksom. Men i mitt tilfelle så er det å komponere musikk. Ikke mikse. Ikke mastre. Men rett og slett det her med å arrangere og komponere musikk. (...) Fordi at du rekker ikke å bli best i alt. Det er så jævlig komplekst, men må konsentrere seg om det som er viktig. Og det er ikke å tracke riktig vokal, i det tilfellet som jeg jobber i som sjanger da. Det ikke liksom hvordan å få den gitaren til å høres renest ut, og liksom å skru attack på kompressoren, ikke sant?

INT 4:

Tilbake til generasjoner og enda lenger tilbake i tiden, så var jo produsenten først og fremst ansvarlig for at det var penger til å dekke utgiftene til et produkt. Et musikkprodukt. Så da ble kalt en singelplate eller hva det var. Altså; en dokumentasjon av en artist nærmest. (...) Han er psykologen, som er ganske viktig. Hans største virke er å passe på at du du evner best. At du yter best. At du har en god opplevelse. At du har energi. Jeg må passe på å delegere energi hele tiden. Jeg må passe på at folk ikke sliter seg ut på noe som ikke er nødvendig i forhold til andre ting. Så det er sånn over-ansvarlighet på en fin måte. (...) Det er en avspeiling av tiden, og det vil jo alltid en produsents rolle være.

Drøfting av produsentrollens funksjon:

Slik jeg skrev i 2.2.1 finnes det mange parametere å måle produsentens rolle og funksjon etter. Dette reflekteres i intervjupersonenes respons til spørsmålet. Det er gjennomgående at samtlige vektlegger det kreative mandatet produsenten har i studio. INT 4. derimot, nevner

den klassiske produsentrollen med et administrativt og økonomisk fokus, som fortsatt er gjeldende for rollen (Huber & Runstein, 2014, s. 21). Perspektivet kan ha en sammenheng med personens alder og erfaring fra bransjen, da hen har jobbet som produsent i det analoge- og det digitale markedet. Til kontrast definerer INT 3. sin rolle ut fra alt hen ikke har ansvar for, og viktigheten av rollens begrensning i den kunstneriske prosessen. Dette kan ha en sammenheng med produsentens alder og arbeidssituasjon, da hen jobber som et ledd i et produksjonsteam bestående av fem produsenter. Teamsammensetningen består av EDM-produsenter med hvert sitt spesialfelt, som er ment som komplimenterende roller til hverandre. Samtlige gir uttrykk for at det er vanskelig å definere innholdet i produsentbegrepet, da det kan bety så mangt - definisjonen er i fluks og vil alltid reflektere i samtid. Dette undertemaet er vanskelig å drøfte ut over å få bekreftet fra intervjupersonene selv, at de ser på seg selv og sin funksjon, på tross av rollens vaghet, som produsenter.

4.1.2 A&R-rollen og dens relevans for produsentens rolle

INT 4:

Tilbake til generasjoner, og enda lenger tilbake i tiden, så var jo produsenten egentlig, først og fremst, ansvarlig for at det var penger til å dekke utgiftene til et produkt. Et musikkprodukt. Så da ble kalt en singelplate eller hva det var. Altså en dokumentasjon av en artist nærmest. Veldig likt A&R-folk som fant talentet og ordner opp så at man kunne gå i et «såkalt» studio.

INT 1:

Det er jo mange produsenter som tar credit for å ha produsert en stor hit, men viss man ser på credits da under den ene produsenten, så er det kanskje fem (5) unge produsenter som han har gitt penger til og kjøpt en beat av. Eller sendt det (ideen/skissen) til de og sagt: «Finn på noe gøy med det her», så er det kanskje en fyr i Canada som spiller inn en bass som han liker, så bruker han den. Men, overordnet så sitter jo han og er sjefen. Så jeg trur jo på en måte at det er lurt. Du får jo mye mer ut av å være flere. Det er jo mye mer givende. Altså; flere hjerner tenker jo bedre. Men så er det jo også det med «jo flere kokker, jo mere søl», men det er jo derfor man har den produsentrollen. En fyr eller ei dame som sitter og har ansvaret for at det blir bra. Og så kan man pøse på ideer fra alle mulige hold.

INT 3:

Men hva jeg har hørt akkurat i det eksempelet der, er at han David Guetta kjøper gjerne tracksa fra låtskrivere og produsenter. Han gir gjerne en ganske mye høyere og drøyere sum enn hva Martin Garrix og alle de andre EDM-produsentene gjør. Han sikrer seg et track, så sier han: «Jeg vil ha en uke, eller gi meg to uker så skal jeg prodde opp det tracket her.» Jeg vet ikke helt om han gjør det

selv, men det jeg har hørt er at han har eksterne produsenter der også. Så han er A&R, rett og slett. Han er jævlig flink til å høre hva som blir en hit. Så han har nok ikke laga tracks på ganske mange år. Sånn etter det jeg har hørt. På 10 år eller noe sånt.

Er det ganske vanlig dersom man slår igjennom som EDM-artist?

Ja.

(...) Så er det kanskje 9/10 tilfeller når det kommer over en viss sånn «peak» på hvor svær du (artisten) blir. Sånn som med Verdensstjerne, så er det jo umulig for hen å lage tracks. Og hen turnerer rundt og spiller 230. gigs i året, så reiser hen så pass mye at hen... Det er ikke sånn at Verdensstjerne kan lage 3. beats, og så blir én av dem en hit, ikke sant. Det er jo gjerne sånn at vi sitter med 40. tracks og én av de går som singel og kanskje en av de blir en hit.

De artistene har rett og slett ikke overskudd til å generere mange nok beats så man kan velge ut fra, liksom?

Ja, med mindre du ikke er helt sinnssykt flink da. Men i det tilfelle her, nei.

Drøfting av A&R-rollen og dens relevans for produsentens rolle:

INT. 4 tar utgangspunkt i det historiske perspektivet til produsentrollen, der hen nevner dens opphav i A&R-rollen fra plateselskapene. INT. 2 sier at denne makro- eller A&R-rollen, kan være en fordel når man befinner seg i samarbeidssituasjoner med mange, og at det er en del av ansvaret til den produsenten med mest makt i samarbeidssituasjonen. Innenfor samme tema nevner INT. 3 at DJ-en David Guetta kjøper beats av yngre produsenter, og at det er vanlig at EDM-artister ikke nødvendigvis lager sangene sine selv. De aller fleste DJ-ene og artistene hen kjenner til jobber i produksjonsteam, der låten er en kollektiv-kompositorisk prosess som ikke nødvendigvis blir tatt i av artisten før den slippes og markedsføres.

Den kreative infrastrukturen til produsentene som står bak Verdensstjerne sin musikk, er delvis påvirket av pragmatiske årsaker, fordi artisten ikke har tid nok til å generere nok originalmusikk på egenhånd, på grunn av tung turnévirksomhet. Dette er selvsagt et stykke sensitiv informasjon som kan gå direkte løs på artistens renommé og kredibilitet om det blir kjent.

Utslaget for A&R-rollen kan være dramatisk når den bakes inn i produsentrollens kreative frihet. En kan finne musikkhistoriske eksempler på produsenter som har vært ”bakmenn” for artister som har vært ”tryner”. Farian Frank er et eksempel på dette. Han skapte to av de mestselgende popgruppene i det forrige århundre, Boney M og Milli Vanilli. Mot slutten av 1990 eksploderte medieoppmerksomheten rundt gruppen, da Farian avslørte at Pilatus og Morvan ikke sang på deres hit-plate ”All or Nothing” - selv om duoen sto kreditert som vokalist i albumet (Larkin, 2006). Bransjeaktører med kjennskap til Farians bakgrunn ble

ikke overrasket, men mange forsto ikke i hvilken grad Milli Vanilli ble fabrikkert. Reaksjonene lot ikke vente på seg da nyheten ble kjent, og gruppen endte opp med å bli fratatt deres Grammy som Best New Artist (årets nykommer) fra 1989 (Duffy & Flick, 1990). Selv om medieoppmerksomheten rundt Milli Vanillis vokale substitusjon sensasjonaliserte fenomenet kan man finne flere eksempler på dette i musikkhistorien. Produsenten Jo Bogaert sto bak den suksessfulle hitten ”Pump Up The Jam” med Technotronic på SBK Records i 1989. Forskjellen fra tilfellet med Milli Vanilli og Technotronic var at substitusjonen ble innrømmet fra plateselskapet sin side, og at den egentlige vokalisten ble kreditert i albumet. Spørsmålet om hvorvidt plateselskapene bør være pliktige til å oppgi korrekt informasjon om hvem som synger på deres utgivelser, ble en het debatt i etterkant av Vanilli-skandalen. Joey Carvello, sjef for Dance Music hos Atlantic Records, sa at: *”Labels should be sensitive and aware of what an artist is doing in the recording studio. Once the artist signs on the dotted line they (artisten) becomes the responsibility of the label.”*

I den samme artikkelen kommenterte Ron Fair, (Visepresident og A&R hos EMI), med: *“Any A&R man worth his salt holds the hands of the artist. The first thing you do when you like a tape is meet with the talent, so you know whether you’re dealing with flesh and plastic.” (...)* *The other side of that axiom is to take the hit wherever it comes.”*

Artikkelen konkluderer blant annet med: (...) *”increasingly U.S labels are finding hits, particularly in the dance genre, contracted from the independent producers or licensed from foreign markets where label execs are often not involved in the recording process. Some music-industry observers say problems often arise with dance-oriented records that start out as studio concoctions at the independent level.”* (Duffy & Flick, 1990).

Konsekvensen av A&R-rollen får altså forskjellig utvalg avhengig av om rollen befinner seg i plateselskapets, produsentens eller artistens sfære. I eksemplene over er produsenten en totalitær makt som engasjerer talentet som en frontfigur. Dersom produsenten tar på seg et A&R-ansvar, i tillegg til å skrive musikken, er en overvekt av økonomisk og kreativ makt sentrert hos produsenten.

I eksemplet fra INT 3. er det at artisten David Guetta som tar på seg ansvaret med å ”lappe sammen” sin egen musikk. Dette er på lang vei en kompositorisk prosess der han kjøper musikalske bruddstykker fra eksterne produsenter, for så å sette sammen helheten i samarbeid med sine interne produsenter. Å se på konsekvensene av denne måten å jobbe på er

interessant, da det er en viss uenighet i intervjupersonenes oppfatning av A&R-rollen og dens relevans til produsentens rolle. Det kan tenkes at A&R-rollen har flyttet seg over til den egenproduserende artist sitt domene, der artisten står i fokus for alle prosesser og eier musikken selv (Tschmuck, 2016, s. 16). Det setter i så fall krav til produsentenes rolleflexibilitet, som hovedsakelig jobber kreativt med artisten i fokus av denne modellen.

(2.1.5) Selv om flere av intervjupersonene har gitt uttrykk for at den helhetlige produsentrollen har blitt mer diffus de siste årene, kan man fortsatt finne en skarpere rolleinnndeling i produsentoppdragene formidlet fra et plateselskap. Det er mulig at de unge produsentene (INT. 1 – 3) ikke har jobbet på bestilling direkte fra et plateselskap, og derfor er under inntrykk av at produsentrollen er diffus. Legger man til den moderne artistens tendens til å være egenprodusent, med A&R-ansvaret innebygd i sin egen rolle, kan dette være en del av forklaringen til intervjupersonenes uttrykk for rolleforvirring i bransjen (Tessler, 2016).

4.1.3 Studioteknisk påvirkning på produsentrollen – ”å ta på lyden”.

INT. 1:

Vil du regne laptop, DAWs og Sequensere som et instrument?

Det er et interessant spørsmål da. Det er tricky. I lang har jeg jo på en måte tenkt... Man kan jo gå på NMH på laptop, liksom. Så, på mange måter så sier jo institusjonene at det er et instrument. Sånn sett kan jeg jo ikke nekte for det. Men, det ligger jo en følelse bak det. I hvert fall for meg, og jeg vet for veldig mange andre som er instrumentalister, i form av et instrument som har vært lenge. Når det kommer folk og lager en låt på en laptop, at den følelsen ikke er på langt nær det samme (som følelsen av en låt som er laget med et tradisjonelt instrument). Men jeg er ikke i tvil om at det er et stort kunstnerisk potensiale i det å bare jobbe med laptop óg. Så, sånn sett vil jeg si at det er et slags instrument. (...) Etter min oppfatning er det jo forskjellig å spille el-bass og skrive inn en el-bass på en laptop. Det er jo ikke det samme. De som på en måte bruker laptop som et instrument, bruker det jo ofte også på helt andre måter, i form av å skape lydbilder og soundscapes som er... Altså; Det er jo ikke bare folk som lager house-musikk på laptops, ikke sant. Arve Henriksen sitter jo å trykker på knapper på dataer og diverse pedaler han óg, liksom, som er en så sterk instrumentalist i tillegg. (...) Men jeg føler jo at det er instrument. Laptopen har jo så mange muligheter. Altså, det er jo uendelig med muligheter. Noen kan bruke laptop som et instrument. Andre bruker det som noe helt annet. Det har vel litt med kunstnerisk oppfatning å gjøre, kanskje.

INT. 1:

Hvor viktig er det med en laptop med DAWs i din rolle som produsent?

Den er på mange måter kjernen. Det er jo alt der ender opp. Sånn sett så er det et av de viktigste verktøyene. Det er ikke som før der man hadde et svært miksebord med 60 inputs også spilte man et take som gikk rett på tape. Nå går jo alt inn på en data, så kan man sitte å redigere i årevis på det. Det er en stor forskjell fra tidligere. Jeg bruker datamaskinen til alt.

INT. 2:

Hva bruker du mest tid bak - er det PC-skjermen eller er det bak instrumentene?

Det er kanskje sånn 50/50. Jeg har jo tangenter som hovedinstrument og det er ofte der det begynner, så spiller jeg ofte inn ideene (i DAW), for så å redigere på det, endre på det og prøve ut forskjellige ting. Rett og slett bearbeide det lyden som jeg har spilt inn. Så går det kanskje til en trommemaskin eller til et annet instrument, så gjør du det samme.

Så, musikkteknologi er en viktig del av ditt sound som produsent?

Ja.

Måten du prosesserer den innspilte lyden på, har det mye å si for din identitet og ditt sound som produsent?

Ja.

INT. 4:

Det har på en måte nådd et Equilibrium? (Likevekt i analog vs. digital studioteknikk)

Ja! Ja! Det er det jeg tror, nemlig. Vi kan ikke vite, men jeg har en følelse av det at det finnes en grense der også. (...) Vi må ikke glemme et aspekt som er viktig; estetikken rundt det å skape musikken, og hva vi egentlig holder på med. Som er det noe som vi kaller tidløshet. At det er et annet rom der som er det tidløse rommet, som til og med Bach og Mozart befinner seg i, og ganske mange andre. Som på en måte er litt utenfor alt dette her. Det har med skapelsen og det du egentlig... «The rural sounds», da. Det egentlige, det du hører.

Har du et inntrykk av at de studentene dine som operer mye innenfor det musikkteknologiske trakter mer mot det analoge, eller at de går mot det digitale?

Ja! Godt spørsmål. Ja, takk - begge deler! Eller, ja takk - opplevd begge deler! Hadde du spurt om for 5. år siden, ville jeg definitivt sagt at vi trakter mot det digitale. Det er fantastisk, sånn som du sier, det blir bedre og bedre og når prosessoren blir enda bedre, så til slutt kan vi ikke skille ting fra hverandre. (...) Men, det vi alltid vil kunne skille fra hverandre, er at man kan «ta på lyden» i den analoge verden. Og det er vel det jeg på en måte føler nå at alle studenter som kommer til oss: «Vi har hatt datamaskiner fra barndommen av» Det er en del av deres virkelighet. Og de har sikkert jobba mer på en computer enn det jeg har gjort noen gang. For de har bare gjort det til alt, ikke sant. Jeg

bruker den bare når jeg trenger det. Så, alt er enkelt på den måten. Den første kompressoren de hørte i sitt liv det var den digitale. Ser du den?

Professor Jan Bang sin kommentar til INT.4 sitt sitat over:

Det er naturlig at unge musikere som kommer til UiA for å studere elektronisk musikk har sin bakgrunn i det digitale, altså det å jobbe internt i en PC/Mac - gjerne med FL som innledende musikkprogram. Dette av praktiske og ikke minst økonomiske grunner. En må skille mellom hvordan man komponerer og utøver musikk. Elektronisk musikk er et utøvende fag ved UiA hvor studentene får innføring i hvordan de kan bruke maskinen som et instrument, enten internt eller ved å utvide med ekstern hardware (push/machine/mpc etc). Tenker det er viktig å huske på at dette er verktøy for å lage/utøve musikk. Da spiller det ikke så stor rolle om det er digitalt/analogt. «Whatever works». En interessant observasjon er at når man muskulært behandler instrumentet, skjer det ofte nye ting musikalsk. Det finnes så mye informasjon som ligger i det rent muskulære som er knyttet til time/plasseringer/dynamikk og som kan åpne opp for nye resultater.

(Professor Jan Bang, mailkorrespondanse 25.03.2018).

INT. 2:

Vi snakker jo om produsentenes rolle der du nevner at den har utviklet seg i en stor grad siden, sa du femti år siden? Trur du det har sammenheng med den digitale revolusjonen i musikk?

Ja, det trur jeg helt sikkert. Det er jo så lett å skaffe seg utstyret man trenger for å foreta en innspilling. For femti år siden, for eksempel, var det ikke på langt nær like vanlig å ha tilgang til utstyret du trengte. De fleste har jo en laptop i dag. Og det å anskaffe seg en sequencer til den laptopen trenger ikke å koste mer enn 1400,- for Logic. De fleste har jo en sånn enkel, ja, for eksempel Garage Band.

INT 3:

(...) Da hadde jeg allerede søkt Westerdals og NISS, bare sånn i tilfelle. Jeg hadde ikke tenkt å takke ja, men det gjorde jeg det. Jeg takka ja og flyttet til byen (Oslo) og gikk der 1. år, og fant det ganske uinteressant. Det var veldig dårlig undervisning og ekstremt lavt nivå. Vi har 35. i klassen og vi kunne sitte i 5. timer å snakke om kompressor og kanskje ta på knapper, på ratio-knappen og litt med attacken i løpet av de 5. timene, så jeg fant det jævlig uinteressant, så det jeg fant på å gjøre var å prøve å leve av musikk.

Når det kommer til studiofasiliteter og utstyr; hva er nødvendig for å kunne gjøre den jobben du gjør?

Du trenger et par med monitorer som du kjenner helt uavhengig av hvor bra de er. I mine ører og min erfaring. Så trenger du et MIDI-Keyboard, i min erfaring. Så trenger du en del VST plugins (Software instrumenter) I hvert fall med tanke på hva jeg lager av sjangere. Og et bra lydkort med 1. eller 2. gode pre-amper. Ja. Det er det jeg mener helt seriøst man trenger.

INT. 4:

Altså, når du har fått in house producers, som vi kaller det, eller «in bed producers» (soveromsprodusenter), som vi også kaller det - som har et jævlig fint rom hjemme, ikke sant, med hvite vegger og alle har jo sett en datamaskin i midten og en mikrofon. Og det liksom nok da. For de som liker å jobbe i et sånt lydbilde.

INT. 2:

Hvilke verktøy er det de bruker? (Til innspilling i studio)

Da er det jo en sequencer og kanskje en trommemaskin og et keyboard. Det kan du jo gjøre med mange forskjellige typer sequencere, keyboards og trommemaskiner.

INT. 3:

Hva med eksternt hardware utstyr som kompressorer og klangbokser og alt mulig som vanligvis stilles opp i et rack, ikke sant. Bruker du ikke noe av det?

Nei. Ingenting. Er man keen på det, så får man kjøre det gjennom miksen (re-amping), men det er klart at det er noen prosesser i en del låter som jeg har proddet opp hvor vi leier oss inn i studioer liksom. Ok greit, på Verdens-hit spilte vi inn et orgel. Da var vi keen på å få et ordentlig orgel. Og (da spilte vi inn) gjennom litt slitte Neve pre-amper. Vokal-tracking, det gjør jo ikke vi. (...)

INT. 4:

(...) Viss du spør hvordan du gjør det, så sier de som regel: «Nei, jeg vet ikke jeg! Jeg bare har en mikrofon og jeg har lært å spille inn et par spor og jeg har fått noen plugins som låter dritbra! Fått noen looper også!». Og det er jo helt fantastisk. De får altså, hva kaller vi det? Pasteller å jobbe med, ikke sant.

Drøfting av Studioteknisk påvirkning på produsentrollen – ”å ta på lyden”:

På bakgrunn av institusjonenes aksept, resonerer INT 1. seg frem til å anerkjenne laptop som et instrument. Det er et tankekors at en så ung produsent, som jo jobber digitalt, er skeptisk til å lage fulle produksjoner internt i en laptop. Hen mener at følelsen ikke er den samme som når laptop-instrumentet blir brukt som en forlengelse av utøveren. I tilfeller hvor utøveren bruker laptop til lydbearbeiding, sier hen at er det endeløse muligheter til å leke med lyd, live og i studiosammenheng. Dette stemmer godt overens med Hendrik Spilkers (2012) funn i sin case studie (2.4.8). Der påviser han blant annet at unge produsenter bruker nettverksstudioets muligheter til lydbearbeiding, men ikke som en erstatning for det rikt utrustede hardware studioet. Som INT. 1 selv sier: *Etter min oppfatning er det jo forskjellig å spille el-bass og skrive inn en el-bass på en laptop. Det er jo ikke det samme.*

Disse refleksjonene åpner opp for musikkestetiske perspektiver som går på utsiden av hva hensikten med denne oppgaven er. Jeg mener at perspektivet har liten direkte relevans til problemstillingen. Jeg ønsker allikevel å påpeke at INT 4. tar tak i noen av de samme estetiske tankene, da hen reflekterer rundt studioteknisk påvirkning. Hen sier at alle som skaper tar del i samme kanon, eller tidløse rom, uavhengig av veien som har ført til det kunstneriske resultatet. Jeg tolker intervjupersonene dit hen, basert på deres humør og affekt i intervjusituasjonen, at de utviser en viss skepsis til laptop som et eksklusivt verktøy i prosessen av å skape kunst. Men, de benekter ikke dens potensiale, eller at sluttresultatet i seg selv regnes som godt selskap i det tidløse rommet.

En praktisk forlengelse av den estetiske tanken er å ”ta på lyden”, slik INT. 4 formulerer det. Hen sier at det aldri har vært en større interesse for en analogt hardware blant musikkstudentene ved UiA, midt oppe i den digitale virkeligheten. Slik jeg skrev om i 2.4.5 finnes det musikkhistoriske eksempler på kulturkrig mellom tilhengere av analog og digital opptaksteknikk. Det er ingen overraskelse at INT. 4, med sin alder og bakgrunn, har opplevd begge deler. For kort tid siden mente hen at musikkstudentene ved Universitetet i Agder traktet mot det digitale. Den siste tiden har imidlertid den analoge interessen økt blant studentmassen. Slik jeg skrev i 2.4.3 har teknologisk utvikling ført til at soveromsprodusentene er blitt istandgjort til å produsere og komponere kvalitetsskisser. Studentene ved universitetet er født inn i en digital hverdag, der studioteknisk utstyr er så billig at det kan havne innenfor hobbybudsjettet til ungdom. Derfor er det naturlig at de har bakgrunn fra digitale kopier av hardware utstyr (Théberge, referert i Watson, 2016, s. 95). Det er interessant at Jan Bang mener det er viktig å skille mellom prosessen av å spille på en laptop som et utøvende instrument, og å bruke den som en hub til innspilling. I et utøvende øyemed er det ikke viktig om det er analogt eller digitalt, sier han. På bakgrunnen av dette argumentet, løfter Bang frem informasjonen som ligger i den fysiske trakteringen av et hvilket som helst instrument. Det må nevnes at INT. 4 snakker om å spille inn instrumenter som gir fysiske utslag, som mellotronen, og å skru på kompressorer i studiosammenheng, ikke i en utøvende samspills-situasjon. INT 3. nevner i denne sammenhengen sitt studieår ved NISS, der hen lærte lite fra den teoretisk-orienterte undervisningen. De kunne prate om kompressorer i fem timer, og vie lite tid til praktisk demonstrasjon av enheten. Ut fra dette kan det leses inn i sammenhengen, at praksis og fysisk traktering av studioutstyr er viktig for å holde på interessen til musikkteknologistudenter. Allikevel er INT 3. nokså bastant i sin påstand om at hen kun trenger basisvarene i nettverksstudioet for å kunne gjøre jobben sin. Jeg besøkte samtlige intervjupersoner på deres hjemmebaner, slik jeg skrev om i 3.4.

Da jeg møtte for å intervjuer INT. 3, la jeg merke til den ukonvensjonelle infrastrukturen i studioet der hen jobber. Selskapet som eier fasilitetene er relativt nyoppstartet, men de har allerede rukket å bli en av Norges største musikkexportører. Selskapet har investert massivt i lokaler, der fire til seks mindre studioer er bygget rundt et større et, i sentrum av strukturen. Men, arbeidsstasjonene produsentene sitter og jobber ved er nettverksstudioer. Spilker kobler nettverkstudioet og dens funksjoner opp mot semi-profesjonelle og amatører, som ser sine plugins som midlertidige erstatninger til hardware frem til de kommer inn i et ”ekte studio” (Spilker, 2012). Kan det være slik at minimumskravet til studioutstyr, for produksjon av den nye bølgen EDM-musikk fra Norge, bryter med Spilkers idé om hva slags utstyr et profesjonelt studio består av? Det må poengteres at INT 3. nevner at de leier tid i eksterne studioer til opptak av audio, et aspekt som Spilker dekker opp i sin studie. Allikevel er det interessant at forretningsmodeller basert på minimumskrav til studioutstyr, er springbrettet for massiv musikkexport fra Norge.



(Nøkkelen til suksess, 2015).

Kygo jobber i Logic 9, Juli 2015 i Bergen. Dette er den tidligere versjonen av programmet. Den nye versjonen, Logic X, har her vært ute på markedet i 2. år. Eksempelet er hentet fra NRKs produksjon “Nøkkelen til suksess”. Jeg kan ikke vite om dette er den eksklusive arbeidsstasjonen Kygo tar i bruk når han produserer musikk.

4.1.4 Pre-Prod fasen; soveromsprodusenten som arrangør og komponist

INT. 3:

Men det som er lættis og morsomt å tenke på er at vi tracka gitar oppe i et sykt fint studio litt utenfor byen her. Og det ble ikke brukt. Det var faktisk gitarene fra pre-prodden til Låtskriver som ble brukt. Og det sier litt med tanke på at du hører at det er jævla slitt og ganske gamle, eller ganske dårlige pre-amper han hadde kjørt igjennom, men det var bare det soundet vi ville ha. Og det er det plenty av eksempler på. «Malibu», Miley Cyrus, viss du hører på vokalen hennes. Spilt inn en tour bus, liksom. På Ed Sheeran, en del av gitar-tracksa hans på den nye skiva, ganske ræva og det høres ganske dårlig ut. (...) som han ene produsenten sier at: «Jeg trur det er mange som misforstår den produksjonsbiten, med tanke på gitar at det skal låte så cleant og sånt.» Det har ikke så mye å si på sånn lydkort og sånne ting. I USA har de en helt annen approach på hvordan man skal tracke gitar da. Og det er gjerne ikke så jævla farlige på pre-amper og utstyr.

Så det er liksom rett i boksen og ikke noe...

Ja, i noen eksempler så er det jo det. Og det er jo på høyt nivå. Veldig høyt nivå. Det er Ed Sheeran liksom.

(...) Gjorde en pre-prod som da ble sendt tilbake igjen og de kicka på det. Jeg vet ikke om det regnes som et studio, men vi satt ikke i et studio og prodda for det meste, egentlig. Vi satt oppe hos manageren faktisk. På Holmenkollen, i stua hans.

Så en låt blir ikke nødvendigvis til i ett studio lenger?

Nei! Nei, ikke i nærheten.

INT. 4:

(...) Men, produsenten har etterhvert, og da når vi kommer på slutten av 50- og 60-tallet, da studio faktisk begynner å bli et instrument, så vil produsentens rolle forandres til å bli en mer kunstnerisk leder og ansvarlig for at det er et godt resultat. Og hva er et godt resultat? Jo, det er både et teknisk godt resultat, men også et musikalsk godt resultat.

(...)

Og viss du i tillegg kan tilføre så mye du kan hjemme, som kanskje er bedre enn det jeg kunne tilført i et studio, for nå skal vi gjøre alt på nytt liksom? Glem det!

Vil du si at datamaskinen, i stor grad, har erstattet det fysiske (hardware) i studio?

Ja, på mange måter har det det. Men, det betyr ikke at man gjør det svart/hvitt. Jeg vet at disse in bed produsentene, når de får muligheten, altså når dette her begynner å komme ut av soverommet da og kommer til plateselskapet og vi snakker kanskje om å ha med Robyn å synge på den låta, altså, forstår du? Da begynner vi liksom å tenke litt videre da! Så, så er det klart at, så går man kanskje inn i et,

studio er ikke noe sånn stort slott. Det er bare et annet rom, og ikke minst second ears. At man har en annen tekniker, kanskje. (...) Vi vet det at studiobransjen i dag – 90% av alle studioene i Oslo, altså de ordentlige studioene, er vekke. Men de 2. (to) (studioene) som er igjen - Rainbow og whatever, ikke sant, de gjør det jo kjempebra! For det vil alltid være et behov for det greia der, altså, større innspillingsrom og sånt noe. (...) Den vil alltid være der. Garantert!

INT. 3:

Det som er morsomt, nå har vi jo Verdenshit er skrevet av en som heter Låtskriver. Han er låtskriveren. Han tracka det greiene der med to andre folk i sitt eget studio.

Som en demo..?

Som en demo, ja. Og sendte over til oss der vi...

Kan jeg bare spørre, var det bare med gitar og vokal liksom, eller var det...

Gitar, vokal og kick. Litt sånn småting. Jeg trur at det var 10 tracks, eller noe sånt.

Det var en veldig sånn primitiv produksjon. Og så sendte han det over til oss. Da hadde vi studio oppe på et røykerom faktisk. Ikke noe isolert (lydisolering), ingenting. Der vi satt å prodda opp låta. Vi gjorde en pre-prod som ble sendt tilbake igjen, og de kicka på det. Vet ikke om det regnes som et studio, men vi satt ikke i et studio og prodda for det meste, egentlig. Vi satt oppe hos manager faktisk. På Holmenkollen, i stua hans. Fortsatte å produsere videre på den. Så sendte vi den videre til L.A (Los Angeles) til en som heter Produsent, en i teamet, som satt i et studio der og prodda opp noe greier. Sendte den tilbake til oss for så at vi gikk inn i studio på «Urban Sounds Studios» en gang sammen med en annen produsent som la til noe andre greier, og ble tatt videre tilbake igjen. Og så har den jo blitt sendt til Verdensstjerne også. Og da har han prøvd seg litt. Så har vi da, gått tilbake igjen da til Urban, siste gangen og prøvd å prodde opp den aller siste greia. I tillegg har vi jo da vært og tracka et annet studio med orgel og gitar.

INT 1:

Artist sender en låt med gitar og vokal som han allerede har spilt inn. Hen sender den til oss (INT 1. og 2.) så bygger vi et komp under det. Vi gjør om noen ting, akkordskifter og sånn, men vi bytter ikke ut originalen.

Så låta er der?

Låta er der fortsatt. Så vi har på en måte bare bygd under, så jobber vi med det en dag, så synes han det låter kjempefint, så gjør vi små endringer på det, for å finpusse og sånne ting, men det er en ganske kort prosess.

Så produsenten har fått hatten som arrangør?

Ja, hen har fått mange flere hatter, da.

INT. 2:

Mener du du da en rolle som arrangør, at den har blitt en del av produsentrollen?

Ja, ikke sant! Skillelinjene mellom produsent og arrangør og komponist og musiker.. De linjene kan være vanskelig å trekke.

INT. 3:

(...) Men i mitt tilfelle så er det å komponere musikk. Ikke mikse. Ikke mastre. Men rett og slett det her med å arrangere og komponere musikk.

En «beatmaker»?

Ja, du kan si det.

Drøfting av Pre-Prod fasen; soveromsprodusenten som arrangør og komponist:

INT 3. sier det ikke er så nøye med kvaliteten på utstyret som blir brukt i en studioteknisk sammenheng. Det er nå mulig å spille inn superhits på en turnébuss, slik hen nevner i eksemplet med Miley Cyrus. Det kan tenkes at teamet til Cyrus så for seg å bytte ut vokalen, men valgte å beholde tagningen fordi det passet soundidealet bedre enn det de klarte å reproduserte i et ”ekte studio”. Selv om denne tanken er spekulativ, kan det være bakgrunnen for valget, da det er teknisk gjennomførbart. I den sammenhengen er hen usikker på om hen faktisk jobbet i et studio da han produserte og komponerte en av hitene til Verdensstjerne. I sitt utsagn reflekterer INT. 4 over den metaforiske definisjonen av studioet, og at studioet ikke er et slott, men Second Ears. Jeg tolker dette uttrykket som en referanse til samarbeidet i en innspillingsprosess. Om alle som er involvert i produksjonen er tilstede i et rikt utstyrt studio ved gjennomføring, eller om ideene blir sendt til hverandre over nettet, er mindre viktig med bakgrunn i dette perspektivet.

INT 4. løfter frem et interessant aspekt innen pre-produksjon, der hen ser fasen i lys av studioteknisk utvikling. En pre-produksjon har beveget seg lenger vekk fra sitt utgangspunkt, der band og artister øvde live for å bli gode nok til å lydfeste musikken sin i studio (Grohl, Rota & Ramsay, 2013). Etersom det gjennomsnittlige studioet nå er blitt digitalt, har man uendelige muligheter til tagninger, samt kostnadseffektive kvalitetsopptak i hjemme- eller nettverksstudioet (Avid Knowledge Base, 2018). Utviklingen på denne fronten har vært en tung bidragsyter til at de store profesjonelle studioene har gått konkurs, selv om noen få spesialiserte studioer fortsatt består. I denne sammenhengen nevner INT. 4 blant andre Rainbow Studios i Oslo. Videre nevner hen forandringer i gjennomføringen av produksjonsfasen. Store deler av tiden og arbeidet man tidligere brukte kollektivt i studio, er

blitt frigjort i forkant av gjennomføringen. INT. 1 sier at artister, som gjerne operer som egenprodusenter, sender musikken sin til produsenten de velger å jobbe med som en kreativ partner. Produsenten bygger så et arrangement rundt låten før hen sender ideen tilbake til artisten. INT 3. sier at en låt, innenfor deres sjanger, ikke på langt nær blir til i ett studio. Videre skisserer hen ti (10) faser til innspillingen. Den blir sendt til interne og eksterne produsenter etter at låten er blitt ferdigskrevet. Hen bruker ordet demo og pre-prod om hverandre i beskrivelsen av utgangspunktet til produksjonen. Med denne type skapelsesprosess kan det være vanskelig å klart definere når låten faktisk er i en pre-produksjonsfase, da det ligner et puslespill med elementer som settes på plass litt etter litt. Igjen står nettverksstudioet sentralt i skapelsesprosessen, da man er avhengig av å sende spor til hverandre over nettet for å bygge videre på låten. INT. 2 sier at skillelinjene i produsentens rolle er blitt uklare, og at det er vanskelig å skille mellom hva som er forskjellen på en musiker, komponist, arrangør og produsent. I underkategori 4.1.1 sier INT. 3 at hans definisjon er å komponere og arrangere musikk. Med bakgrunn i skapelsesprosessen hen skisserer over, er det forståelig at hen ser sin rolle som komponist og arrangør – spesielt med tanke på at artister i hans sjanger har en tendens til å operere i A&R-rollen ved å samle et produksjonsteam rundt seg. Den musikkteknologiske utviklingen har frigjort produsenter teknisk (Jackson, 2014 s. 21). Dette kan være en bidragsfaktor til at produsenten har fått et større kreativt mandat.

4.2 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle

- 4.2.1 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle - honorar
- 4.2.2 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle - produsentroyalties
- 4.2.3 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle - komponistandeler
- 4.2.4 Forskningsspørsmålet – påvirker et ønske om låtandeler produsentens kreative valg i studio?

Innledning:

I det forrige hovedtemaet hadde jeg som hensikt å drøfte produsentens rolle på bakgrunnen av intervjupersonenes egne perspektiv, og i henhold til teorien. Dette gjorde jeg blant annet for å løfte frem tendensene til forvirring rundt produsentbegrepet, med A&R-rollen som eksempel. Hoveddelen avsluttet med drøftingen av produsentrollens kreative mandat og dens status.

I dette hovedtemaet har jeg som mål å drøfte den økonomiske kompensasjonen av produsentrollen. Jeg starter med honorering av produsentrollen i 4.2.1. Dette undertemaet begrenser jeg til honoreringskildene fra plateselskap og egenprodusenter. Det har vokst frem flere oppdragsmuligheter for musikkprodusenter den siste tiden, blant annet innenfor audiovisuell markedsføring i sosiale medier. Jeg har bevisst valgt å unnlate disse potensielle inntektsstrømmene, da perspektivet har liten relevans for forskningsspørsmålet. Dette er først og fremst fordi oppdragsgiverne ikke er, tradisjonelt sett, musikkbransjeaktører. (Tessler, 2016) Deretter tar jeg for meg kompensasjon av produsentens rolle i form av salgsroyalties i 4.2.2, og komponistandeler i 4.2.3. Det er viktig for leseren å være klar over at jeg, med forskjellige formuleringer, har forsøkt å snike inn selve forskningsspørsmålet i mine samtaler med intervjupersonene. Dette valget tok jeg fordi jeg mistenkte at intervjupersonene ville være mer åpne mot meg dersom intervjuet foregikk i en fri samtaleform. Med bakgrunn i dette har jeg valgt å legge til en lengre passasje fra samtalen med med INT. 1 som åpning til kapittelet, da sammenhengen i hens resonnementet er meget interessant i henhold til hovedtemaet. Dette valget har jeg tatt på tross av det inneholder undertemaer jeg tar tak i senere i dette kapittelet. (Produsentroyalties 4.2.2 og komponistandeler 4.2.3.)

4.2.1 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle - honorar

Har du noen gang blitt kontaktet av noen av de bransjefolkene du nevnte tidligere, og så har gitt deg et tilbud med en artist du ikke kjenner til, eller noe sånt noe?

Nei, det er ingen som har sagt: «Hei, her har du 50 000,- vi trenger disse låtene...» Det har bare vært folk som har vært opptatt av de kunstneriske.

Så de kreative folka...

blir avbrutt

Folk jeg ser på som kreative sjeler som har tatt kontakt. Ikke sånne... Hit machines. Den verden som du finner i platebransjen der de ringer og sier: «Vi trenger en låt til et TV-program.» Den bransjen er jeg liksom ikke i. Og den vet jeg ikke om jeg helt har lyst til å være i heller.

Men trur du den eksiterer? Kjenner du andre eller har kollegaer som...

Blir avbrutt igjen

Ja, jeg kjenner jo folk som jobber og som selger sjelen sin litt. Men det er jo fordi de har lyst til å tjene penger også. Men jeg vil heller leve litt dårligere en periode og så heller jobbe skikkelig kreativt med noen som jeg digger, og så får jeg heller tjene litt på sikt.

Hva mener du med å «tjene litt på sikt?»

Ehh. Ja i forhold til at.. ehh.. jeg.. ehh... Hva skal jeg si...

Altså; Jeg får ikke presentert en masse penger og så bare: «Lag det her»

Mener du et honorar?

Et honorar er jo mer.. Ehh.. La oss se om vi kan lage noe gøy sammen. Og viss det ikke blir noe bra så driter vi i det og viss det blir bra, så tjener vi noe på sikt. Og med det mener jeg jo at man får litt honorar i form av salg for eksempel - altså; produsentroyalties.

INT. 3:

Vi snakka tidligst om det i går at Produsenten, hen har gjort den nye Hiten som er på no. 1. I USA på radio nå. Hen sa det at, hadde han fått velge mellom 10 000 000 (ti millioner) dollar (\$) liksom for et Rihanna track, uten credits kontra å betale 500 000 dollar (\$) å få credits hadde han lett gjort det. Og det er sånn det funker. Med en gang du har den credit-greia på en så stor låt, så er du inne i det. Og da kan du velge og vrake. Det er sånn de store gutta tenker da.

INT. 4:

Men, en av de unge produsentene jeg har intervjuet sa det at hen hadde droppa penger (honorar), han hadde droppa TONO bare for å få credits. For å få navnet sitt bak en stor hit. Hva er det som er viktig her?

Altså, alt er jo viktig. Men, jeg tror nok at in the end of the day, så ville jeg sagt TONO-en er viktig. For i TONO er det nemlig en, en, en sannstilling, kalles det, av credits. Det er jo sannheten, creditsmessig. Og så lenge det står på TONO, så er artisten faktisk pliktig til å ha den samme crediten på skiva.

(...)

Klart de er billigere de enn old times producers med «Åj! Et studio! Akustiske rom, hardware». Ja, ikke sant. Opplevelse, samspill. At alle skal være i studio samtidig. Er ikke det en fordel? Så det er klart at der har det skjedd et dogmeskifte, og det er akkurat det samme dogmeskifte som skjedde i L.A (Los Angeles) i sin tid. Innenfor filmmusikk, på hvert hjørne i L.A på 30- 40-tallet, så var det symfoniorkester som tilhørte hvert sitt filmselskap, ikke sant. Så kom du og jeg, ikke sant, inn med digitale synthesizere og: «I can do this» Vangelis - så kom han bare inn, og så kan de vise et lydbilde som er symfonisk, svært, grandios!

INT. 2:

Mitt inntrykk er at det generelt er mindre penger i musikkbransjen enn i CD og LP-alderen. Så jeg tror at det er mindre honorarer eller svakere økonomisk kompensasjon av produsenter som jobber i dag kontra de som jobbet før. Så er det jo en tendens, som vi har snakket om tidligere, at produsenter ofte tar litt høyere prosentandel av rettighetene og kanskje et lavere honorar.

(...)

Da vi inngikk et samarbeid med Artist, så var vi redde for å kreve for mye fordi det var så stort for oss å jobbe med hen.

INT. 1:

Jeg kommer ikke fra 10 år med erfaring hvor jeg kan si at: «Ok...» Eller, det kommer noen til meg og sier: «Har du lyst å produsere denne sangen?» Så kan jeg si sånn: «Ja, jeg kan gjøre det, viss jeg får det og det og det og det.» Akkurat nå er jeg ikke der. Jeg har mer lyst til å se hva som skjer, på en måte. Jeg er ikke så... Hva heter det da? ... Redd for å - ikke få penger, da.

INT. 2:

Går det på honorarer eller låtrettigheter i den avtalen der?

Det er faktisk en kombinasjon! Og det liker jeg veldig godt. Det er en god løsning. Det gir deg en slags trygghet i bunnen, men så har du også muligheten til å tjene mer på det til syvende og sist, enn hva man ville sittet igjen med uten de prosentene. Dersom det blir en hit, så blir jo mest sannsynlig mer og hente enn dersom man ikke hadde hatt noen rettighet til låtene.

Drøfting av økonomisk kompensasjon av produsentens rolle – honorar:

INT. 1 sier at artister som hen anser som ”kreative sjeler”, tar direkte kontakt for produsentoppdrag. Hen er usikker på hvor mye av formidlingen som går via artistenes bransjefolk i forkant av eventuelle oppdragstilbud. Da jeg spør om tilbudene noen ganger formidles direkte fra bransjefolk, opplever jeg at tonen i intervjuet skifter noe. Jeg tolker formuleringen av hens svar som en oppmåling av honorar opp mot kreativitet. Når jeg forsøker å stille et utfyllende spørsmål, blir jeg avbrutt med det jeg tolker som et hint av en syrlig tone mot platebransjen. INT. 1 poengterer at hen ikke er en del av bransjesegmentet som jobber på bestilling fra plateselskapene, og at hen ikke ønsker å ta noen del av den.

INT. 3 jobber som en ”hit machine” i bransjesegmentet som INT. 1 er opptatt av å distansere seg fra. Allikevel anser jeg deres motivasjon å være nokså lik, da begge er villige til å forsake kortsiktig gevinst, i form av et honorar, for langsiktighet i deres karrierer. Langsiktigheten kommer imidlertid til uttrykk i forskjellige verdier. Det kan være enkelt å se produsenter som opererer innen det populærmusikalske EDM-feltet som pengedrevne. Det er da overraskende å observere at INT. 3 er villig til å forsake enda mer økonomisk kompensasjon enn INT. 1 og 2, for å få jobbe med artister på et høyt internasjonalt nivå. Det kan virke som INT. 3 er drevet av kredibilitet, og ikke penger. Throsby (2001) argumenter med distinksjonen mellom økonomisk kompensasjon og kredibilitet som valuta. Det er viktig å nevne at Throsbys vinkling er ment til artister, og ikke produsenter. Allikevel ønsker jeg å fremheve perspektivet på bakgrunn av at de unge produsentene også ser på seg selv som komponister og arrangører. INT. 3 går så langt som å si at penger og prosentandeler er irrelevant, målt opp mot muligheten av å fremme sin egen, eller teamets, karriere ved å få navnet sitt bak en stor

hit. Hen er allikevel delvis økonomisk motivert, da hen sier at en slik suksess representerer kunstnerisk og økonomisk frihet. I følge INT. 3 er dette en sjargong blant ”de store gutta” i bransjen. Slik jeg nevnte i 3.6, ser jeg INT. 4 som en referanse eller kontrast til de andre intervjupersonene, da hen er godt voksen og erfaren innen musikkproduksjon. For å få flere perspektiver inn i sammenhengen, ba jeg om en respons på INT. 3 sitt utsagn om ”credits”. Den mer erfarne produsenten vektlegger TONO-andelen som det viktigste av de tre meterne (honorar, komponistandeler og ”credits”), da opphavsretten plikter artisten, plateselskap eller produsent å kreditere alle kreative bidragsyttere i produksjonen. I følge opphavsretten (Moser & Slay, 2014) er ”credits” ensbetydende med eierandeler i et kreativt verk.

Slik jeg skrev om i 2.1.3 har overgangen til digitale formater gjort at omsetningen til platebransjen har sunket dramatisk, selv om det kan virke som om det råder en viss uenighet i årsakene til resultatet (Oberholzer-Gee & Strumpf, 2007, s. 3) og (Watson, 2016 s. 96-97). INT. 4 løfter frem studiotekniske årsaker til lave innspillingsbudsjetter, og dermed svakere økonomisk kompensasjon av produsentrollen - budsjettene har sunket i takt med produksjonskostnadene (Grohl, Rota & Ramsay, 2013). Dette har vært en sterk bidragsfaktor til at egenprodusenter har tatt større markedsandeler, og i sin tur ført til fordeler for de mindre studioene (Watson, 2016). Dette utfallet bør i så fall komme INT. 1 og 2 til gode, da disse jobber i et lite uavhengig studio. INT. 2 mener allikevel at produsenter som jobbet i CD- og LP-alderen fikk større honorarer, og generelt en sterkere økonomisk kompensasjon, enn produsentene som jobber i dagens marked.

Da INT. 1 og 2 samarbeidet om et plateprosjekt til en av sine musikalske helter, var de redde for å kreve for mye i frykt for å skremme vekk artisten. Den løse avtalen ble rettfærdiggjort av dem selv, på grunnlag av mangelfull erfaring. Derfor krevde de heller ikke forhandling om honorar eller komponistandeler i forkant av samarbeidet. I tidsrommet mellom intervjuet med 1 og 2, hadde det imidlertid kommet på plass en avtale om en kombinert løsning om honorar og komponistandeler. Dette ble til en god løsning, ifølge INT. 2, da hen opplevde at økonomisk forutsigbarhet og langsiktig kreativ investering ble ivaretatt.

I produsentkontrakten (2.3.2), oversendt av Gramart-advokaten 07.09.2016, viser den i punkt 5 at kompensasjonen, i form av et honorar, er for teknisk produksjonsarbeid og for rettighetene til innspillingen. Eierskapet av innspillingen overdras til artisten ved oppdragets avslutning. Kontrakten inneholder en separasjon av kompensasjon for teknisk og kreativt arbeid. Dette er fordi betaling for den tekniske delen av produsentens jobb, i denne sammenhengen, er mva-pliktig. På bakgrunnen av punkt 4 i kontrakten, kan det virke som om artisten er egenprodusent. I så fall kan det tenkes at produsenten, som jobber som tekniker

og produsent i kontraktens tilfelle, driver studioet selv og tar et honorar som mellomstor studioeier.

Som jeg nevnte i underkategori 4.1.2, kjøper David Guetta bruddstykker av musikk fra en eller flere produsenter før han lapper det sammen med sine interne produsenter. Det hadde vært interessant å få innsyn i balansen mellom intellektuelle rettigheter tilknyttet ideen de yngre produsentene selger. Dessverre har jeg ikke fått innsyn i en slik avtale, derfor blir det for spekulativt å forfølge dette resonnementet.

4.2.2 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle – salgsroyalties

INT 2:

Ja, men nå er jo jeg usikker på hva som var vanlig før, dersom man skal se det i et historisk perspektiv. Jeg vet ikke hvor mye rettigheter produsentene fikk «back in the day».

Ikke sant. En produsent cashet jo ut for royalties tilknyttet salg av plater, ikke sant?

Ja.

Og det er jo en greie enda..?

Ja.

(...) At det er noen som prøver å legge bånd på tiden din i stor grad uten å betale deg for tiden din eller er det naturlig at det snakk om honorarer i den jobben du gjør?

Nei, nå er det naturlig. Jeg føler at det er naturlig nå å jobbe etter den modellen vi snakket om tidligere, den om TONO, royalties og honorarer.

INT 1:

Et honorar er jo mer.. La oss se om vi kan lage noe gøy sammen. Og viss det ikke blir noe bra så driter vi i det og viss det blir bra, så tjener vi noe på sikt. Og med det mener jeg jo at man får litt honorar i form av salg, for eksempel - altså; produsentroyalties.

(...) Tidligere så var jo produsenten en fyr som kom inn og som hadde hele det overordnende bildet, og han fikk liksom en pot med penger for det her. Og han tjente på salg, men han hadde ikke rett på det kunstneriske - den teksten og melodien som artisten har lagd.

INT 4:

Når det gjelder andels, viss du da er inne på de tingene, så har jo ting forandret seg for det finnes ikke noen særlig inntekt av et fysisk salg lenger. Og vi har digitaliseringsproblematikk i Norge som har vart lenge. Som selvfølgelig alle sier: «Ja, men det blir jo bedre og bedre.» Ja, det blir jo bedre med 1 promille per mnd. Ikke sant. Det er så ute at det halve kunne vært nok, hvordan de fordelingstingene er. Og det er noe som jeg (som produsent) må forholde meg til, men også ovenfor mitt yrke og min... At jeg skal leve av dette her da. Ikke sant? Så en hver produsent gjør jo også en deal med

plateselskapet, eller utgiver eller artist. For noen ganger betaler jo artisten direkte til produsenten. Og så eier de da hele produktet (masteren).

Drøfting av økonomisk kompensasjon av produsentrollen – salgsroyalties:

Etter sorteringen av funnene i intervjuene, ble jeg overrasket over det tynne empiriske grunnlaget til undertemaet. I intervjusituasjonen hadde jeg opplevelsen av at jeg forsøkte å dra refleksjoner ut av intervjuobjektene vedrørende produsentroyalties. Det er en gjenganger at responsene til spørsmålene er relativt korte, eller at temaet leder til et annet. Det kan være flere grunner til dette. Et scenario kan være at de unge produsentene, tross sine suksesser, ikke har tjent på salg eller streaming fordi de ikke har forhandlet frem dette punktet i sin produsentkontrakt. Det er ikke alle produsenter som forhandler frem en andel om salgsroyalties (Albini, 2000 s. 69).

I INT. 3 sitt tilfelle er dette sannsynlig, da hen er signert til et management som formidler oppdrag og er eieren av studiofasilitetene hen jobber i. Teamets produksjoner sendes til mange kreative bidragsyttere, fra produksjonens start til dens slutt. Det kan tenkes at det er så mange involverte produsenter, at managementet velger å holde igjen denne delen av kompensasjonen. Jeg anser dette argumentet som spekulativt, men dersom produsentene er signert med funksjonen som låtskrivere og komponister, slik INT. 3 definerer sin egen produsentrolle, kan det muligens forsvares i en forlagskontrakt. Dersom det ikke er slik, kan det være at produsentene lar seg lure til å overdra innspillingsrettighetene til artist eller management før produktet er ferdig fremstilt. Argumentet fordrer selvsagt at produsentene har rett på salgsroyalties.

Et annet scenario kan være at artistene har for svake salgstall. Dersom en innspilling ikke når break even, (punktet der salget av produktet dekker opp for investeringen til plateselskapet), betaler ikke plateselskapet ut salgsroyalties til artist, og dermed produsenten (Tschmuck, 2016). Dette er sannsynlig, da kun 1 av 20 innspillinger i det amerikanske markedet ser utbetalinger basert på salgsroyalties utover plateselskapets forskudd (Sinnreich, 2016).

Det enkleste alternativet ser jeg som mest sannsynlig; de unge intervjupersonene ikke er satt inn i hva produsentroyalties faktisk er (Burgess, 2001, s. 150). På bakgrunn av hvordan markedet ser ut er det ikke overraskende. INT. 1 sin blanding av begrepene honorar (forskudd fra plateselskapet) og produsentroyalties kan peke i denne retningen. INT. 4 luffer frustrasjon om det hen kaller en ”digitaliseringsproblematikk”. Det er en pågående diskusjon om utregningsmodellene til streamingselskaper som Spotify. I de siste årene har streamingtjenestene økt i popularitet, med Skandinavia som det nye markedets spydspiss (Nordgård, 2016). I 2013 utgjorde streamingtjenester over 20% av inntektene til

plateselskapene. Fordi denne forretningsmodellen ikke har en klar forgjenger i musikkmarkedet, har det vært vanskelig for plateselskapene og finne en gjennomførbar distribusjonsmodell til artister, og dermed produsenter (Pham, referert i Sinnreich, 2016, s. 161).

4.2.3 Økonomisk kompensasjon av produsentens rolle - komponistandeler

INT 1:

(...) La oss se om vi kan lage noe gøy sammen. Og viss det ikke blir noe bra så driter vi i det og viss det blir bra, så tjener vi noe på sikt. (...) Og at man får en bit av TONO, for man har jo vært med i arrangementen og komponeringen av musikken. Det er jo mer av den nye varianten som jeg oppfatter skjer mer. Litt sånn som da vi snakket i stad. Tidligere så var jo produsenten en fyr som kom inn og som hadde hele det overordnende bildet, og han fikk liksom en pot med penger for det her. Og han tjente på salg, men han hadde ikke rett på det kunstneriske - den teksten og melodien som artisten har lagd. Den sitter jo han på. *Men nå er det liksom mer sånn at folk (artister) gir det fra seg de rettighetene der for å...*

I de produksjonene jeg har vært med på er jeg veldig aktiv i, ikke bare i hele lydbildet og hvordan alt skal låte og sånn, men jeg går jo veldig inn i detaljer og arrangement: «Der skal det skje noe annet, der skal vi bryte, der skal vi ha en annen akkordprogresjon, der gjør vi om det»

(...)

Viss vi går tilbake til det som har med avtaleform (produksjonsavtaler), du nevnte det jo tidligere at du har et inntrykk av at det blir mer og mer av det (produksjonsavtaler med komponistandeler). Er det fordi du prater med andre produsenter som gjør lignende avtaler?

Ehh... Neeei *Usikkert nei* Hehe! det er nok ut ifra det jeg tror foregår.

(...)

Men jeg føler vel at avtaleformen forsvinner litt (Den standardiserte modellen) At det blir mer sånn at: «La oss bare lage noe musikk sammen» og så plutselig blir det en kjempestor hit eller en låt som masse folk liker. Viss man da gjør de riktige valgene og ikke driter seg ut i form av å ikke bli lurt av feil folk, så kanskje man kan tjene masse penger på det da - også er det et eventyr.

(..)

Ja, for jeg tenker jo litt på den avtaleformen vi prata om, sant. At det kanskje er en ny avtaleform som du hvert fall har et inntrykk av blir vanligere og vanligere å jobbe mer avslappet og på håndtrykk: «OK! vi ser om det funker» og så avtaler man låtandeler etter man er ferdige med den kreative prosessen.

Ja.

Ja, trur du det kan være en svakhet..?

Ja, jeg tror det kan være en svakhet òg. Altså; Viss vi to skal lage en låt sammen. Og når vi går inn den døra her, så går vi inn med en tanke om at begge to ha 50 % hver av den sangen her. No matter what. Da går vi jo inn med en mye større trygghet og kreativ... Altså; En mer trygg holdning, begge to. Så sånn sett så er det jo en svakhet å ikke ha avtaler, fordi: «Åja! Jeg lagde den ene tingen der, så jeg burde få litt TONO for det.» Ikke sant? For det kan jo fort bli litt sånn.

Småtvister, liksom?

Ja, og så kommer det plutselig... Si at vi jobber med en låt, så kommer det en fyr inn i studio og spiller litt gitar, så finner han på et eller annet som bare er et superhook, da! Som på en måte blir den nye melodien i en sang. Skal vi da ikke gi han noe TONO for det, på en måte? Fordi han bare får betalt 3000,- for å være session gitarist? Det er jo litt vanskelig. Men, i hvert fall inntrykket mitt av det mange gjør i, eller, det jeg hørt de kan være bedre på i USA og sånn, er at når de går inn i et rom og det er tre mennesker der som samarbeider om en sang, så er det 30/30/30, på en måte.

(...)

Ja, jeg og INT 2. har jo på en måte blitt enig om... Vi har ikke noe sånn avtale på papir, vi.

Det kan jo hende vi gjør det viss vi må det i forbindelse med en eller annen deal, eller et eller annet, men vi går inn med 50/50.

(...)

Men akkurat grunnen til at jeg ikke har gjort så mange avtaler er at jeg er mer interessert i det kunstneriske og hva som kan skje og hva slags musikk vi kan lage, enn at jeg skal få det jeg har rett til å få.. Akkurat nå, i livet. Det kan godt hende det er helt annerledes om 5 år. Viss jeg plutselig får barn og må ha penger. Jeg har jo ingen forpliktelser og det har nok mye å si.

INT 2:

På hvilken måte har den økonomiske modellen, eller, kompensasjonen av produsentens arbeid i studio - hvordan har det forandret seg, tror du og hvilket inntrykk har du av den utviklingen?

Mitt inntrykk er at det generelt er mindre penger i musikkbransjen enn i CD og LP-alderen. Så jeg tror at det er mindre honorarer eller svakere økonomisk kompensasjon av produsenter som jobber i dag kontra de som jobbet før. Så er det jo en tendens, som vi har snakket om tidligere, at produsenter ofte tar litt høyere prosentandel av rettighetene og kanskje et lavere honorar.

Så kompensasjonen den består mer av komponistandeler enn i form av et honorar som en del av fra plateselskap?

Ja, noe sånt noe.

Er det, en slags, ny avtaleform du har inntrykk av at mange unge produsenter jobber etter?

Jeg har ikke snakket detaljert økonomi med så mange andre unge produsenter. I dag så er det vanskelig for meg å svare på det.

Kan jeg få spørre - er det fordi det er et tabutema? Holder unge produsenter kortene tett til brystet i et økonomisk øyemed? Eller har det med tilgjengelighet å gjøre?

Det er ingen produsenter som står meg så nær, bortsett fra INT. 1 at jeg hadde følt meg komfortabel å snakke om det tema.

Ja, jeg skjønner. Det er jo et ganske sensitivt tema.

Ja, det er det.

(...)

Er det økonomiske insentivet som blir gitt en stor prioritet for deg?

Nei..? Ehh... Det er jo viktig. Og jeg lærer jo gang på gang hvor viktig det er å ha alt det økonomiske på stell før man går inn i en kreativ prosess som produsent sammen med en artist eller band. Det kan fort bli et sårt tema om man ikke har blitt enig på forhånd.

Har du vært borte i slike situasjoner mange ganger?

Jeg har vært borte i det i hvert fall. Men for meg er det viktigste at jeg kan jobbe med musikk hele tiden.

(...)

Det er interessant det med låtskriverrettigheter - er det noe som er fastsatt? Som en fast andelssats, at det f.eks er en fastsatt prosent når dere (INT 1. Og 2.) går inn i et samarbeid eller varierer det låt til låt?

Nei, det varierer fra låt til låt. Jeg har vært med i noen prosjekter der det har vært en slags fast sats. Men den har kanskje variert litt, avhengig av hvor involvert man har vært i komposisjon, arrangement og produksjon.

Hvilke satser det vi prater om?

Jeg kan ta et prosjekt som eksempel. I det prosjektet var den faste satsen, mer eller mindre, på tolv og en halv prosent (12,5%) Og det varierte mellom 12,5 - ti prosent (10%) Avhengig av hvor involvert man hadde vært. I et annet prosjekt, så lå det på ti prosent (10%). Det var en standard. Og det en albuminnspilling. Det er rundt der det har ligget for meg.

Da snakker vi om komponistandeler eller TONO?

Ja, Tono-prosenter.

I de prosjektene du har vært med i der prosentene kanskje er variable, at de ikke er fastsatt i forkant av et samarbeid, men at man kanskje etter hver låt finner ut av fordelinga..

*Har du vært med.. *Blir avbrutt**

Jeg tror det vanskelig å fordele prosentene før man har spilt inn en låt.

I: Men siden det ligger ganske fast på 12,5 og 10 er det fastsatt sats før dere setter i gang med å skrive en låt eller er det noe dere blir enige om i etterkant av låta og at bare nesten alltid ender opp der?

S: Ja. Det har jo.. Det har vært.. Jeg må tenke *lang tenkepause*

Altså; Det har jo også hendt at vi har gått i studio med en artist og jobbet frem en låt fra ingenting. Jobbet frem en ny låt sammen. Og da har jeg endt opp på en mye høyere prosentandel, for da har man jo vært mye mer involvert i komposisjonen. Og da har jeg vært oppe i trettitre prosent (33%). Det har rett og slett blitt fordelt helt likt på de tre som jobba på prosjektet.

(...)

Dersom det var som snakk om én låt f.eks, så kunne man gått inn i en avtale som baserte seg på høyere rettigheter, som kompensasjon.

Men dersom det er en hel plate da?

Dersom det er snakk om et helt album og prosjektet ikke hadde noe penger til å betale for tiden det tar og jobben som blir gjort, så ville jeg mest sannsynlig ikke takket ja til det.

Er det fordi du må betale regningene dine?

Hehe! ja!

INT 4:

(...) «I really like that song! Let's do it again!» Ok, Paul!» (Beatles referanse) Ikke sant! Litt den greia der! Men, jeg synes det spørsmålet egentlig er ganske enkelt å svare på, men viss da den beatprodusenten, om man skal få kalle han det, kan tilføre den låta hans noe (kreativt)... TONO! Men, det er ikke artisten, det er fyren som har gjort det for han. Jeg vet ikke om han bruker artistnavnet sitt jeg, men, han er jo en arrangør, er han ikke det da?

Jo. Ja, ja.

Han er jo det. Eller er han med... Er han låtskriver? Det får de krangle om, men uansett så skal jo han ha en andel.

Ja, ikke sant. Men, det er jo de tingene her som er litt sånn... litt vanskelig da. Med rollene og...

Altså, det blir jo som jeg sa veldig tidlig. Man må jo ikke begynne med å snakke penger! Man må jo begynne med å produsere. Å skape sammen, og går det til helvete, så er det ingen som tjener penger uansett, for da ble det jo ikke noe. Men, med en gang det på en måte blir et resultat, og det er jo faktisk... «Åh! Fy faen!» (over hvor bra det er) Så ta det da! (Når situasjonen oppstår) Ikke vent til skiva er ute, for da, er det som jeg sier: «Da er et glemt, vet du!». Det er nok av de som har kommet: «Ja, men jeg gjorde den beaten der!» (Påstand) «Nei, det er det ingen som har snakka om». (Motsvar) Så, er det for sent. Så lag de avtalene (fordeling av TONO), og så er vi enige at beaten har betydd litt for låta. «Ja, fantastisk! Det er fint!» Ja, er den verdt 15% kanskje? 10, 15? Arrangør er jo opp på 16,6%, ikke sant. Det vet vi, ikke sant, viss du er hovedarrangør på en låt. Så, må man finne en rolle inni der da! Ikke sant, eller er jeg blitt komponist, så må man finne en annen rolle igjen. Jeg synes egentlig så lenge han tilfører noe som gjør produktet bedre, så skal han ha en TONO-andel. Som er lik credits (TONO = CREDIT).

INT 3:

En idé er jo innom mange personer og stadier fra en idé til et ferdig produkt. Åssen er det man gjør det med tanke på rettighetene? Fordelinga av låtprosenter? hvordan foregår det?

Jeg vet hva jeg har. Jeg vet hva de andre har på den låta "Verdenshit" for eksempel. Der så deler vi helt likt. Vi har fått 30%. Vårt produksjonsteam får 30% og Låtskriver har fått 70%, tror jeg da.

Åj! Ja, hen som skrev den?

Ja, så hen har jævla mye. På den.

Fordi han skrev melodi og akkorder og liksom... Han skrev låta på en måte?

Ja, han skrev låt og tekst. Rett og slett. Så vi har delt det helt likt (internt i teamet) 5% til hver. Så det vil jo si vi er 6. produsenter inne da. Eller, 5. og så med Verdensstjerne.

Er det fastsatt før dere begynner å jobbe?

Ja, og det er sånn vi gjør det her. I selskapet.

Er det sånn det funker nå på en måte? (generelt i bransjen)

Det vet jeg ikke. Men det er sånn vi gjør det. Bare med tanke på at vi kommer til å ha en sånn lang relasjon og at det ikke skal bli noen dårlig stemning.

Er det et direktiv som kommer fra Selskapet, på en måte? At det er sånn man må gjøre det, å fordele prosentene i forkant, er det liksom et ..?..

Ja. Så lenge liksom prosessen. det er obvious at liksom «her har alle vært med ganske mye». Så gjør man det sånn.

Drøfting av kompensasjonen av produsentens rolle – komponistandeler:

Løse avtaler er en gjenganger i musikkbransjen. Mange band og artistiske samarbeid har gått i oppløsning på grunn av rettighetstvister vedrørende eierskap til musikken. Bevisstheten rundt dette tema er høy hos samtlige av intervjupersonene. INT. 2 nøler med å anerkjenne økonomiske betingelser som en viktig faktor i beslutningsprosessen i å ta på seg produksjonstilbud. Allikevel lærer hen gang på gang hvor viktig det er ”å ha det økonomiske på stell” i forkant av påbegynt samarbeid. INT. 1 og 4 er av en annen oppfatning, da de mener den økonomiske samtalen kan besudle den kreative prosessen dersom den blir tatt i forkant. Men de mener at det er viktig å ha fordelingsavtalen på plass før verket slippes på markedet, slik at det ikke oppstår tvister ved en eventuell suksess. På bakgrunn av deres tette samarbeid, er det interessant at INT. 1 og 2 er av forskjellig oppfatning om hvorvidt avtalen om låtandeler bør være avklart i forkant av den kreative prosessen. INT. 1 sier de deler alt på midten, der INT. 2 sier at det er vanskelig å sette en fast splitt før den kreative prosessen er fullført.

INT. 3 sier at faste avtaler om fordeling av komponistandeler skaper en trygghet i bunnen av samarbeidet. Fordelingen av komponistandeler blir fastsatt i forkant av påbegynt arbeid, som et direktiv fra managementet hen jobber for. Dette er blant annet fordi manageren, som driver selskapet, forhandler frem oppdrag som viderefremmes til det signerte produksjonsteamet.

Det er interessant at artisten, Verdensstjerne, som blir markedsført som soloartist, blir kompensert med komponistandeler på lik linje med resten av teamet, 30 % fordelt på 6

personer. Motivasjonen deres for å organisere seg på denne måten, er et ønske om langsiktig samarbeid mellom medlemmene i teamet, og et ønske om å unngå rettighetstvister. I den sammenhengen nevner hen et tilfelle av uenighet som oppsto mellom låtskriverne bak Verdensstjernens internasjonale gjennombruddslåt. Selv om de tre opphavspersonene hadde avtalt å dele likt i forkant av slippet, i følge INT. 3, oppsto det allikevel en tvist etter det ble til en hit, da en av dem ”mista hodet”. Jeg tolker utsagnet med at hen sikter til grådighet. INT. 3 ser en trygghet i å bli skjermet fra businessiden av managements virksomhet, da hen sier at det er viktig å fokusere på det kreative. Incentivet for å skape kan være motivert ut fra et eller flere økonomiske perspektiv - selv om de unge produsentene jeg har intervjuet ser det som et eventyr å bygge karrierene sine, må de ha penger til å betale regningene sine.

Klimis og Wallis (2009) definerer produksjon av kreative verk som entreprenørskap. I sin artikkel referer de til økonomen Schumpeter, der han konstaterer at entreprenører ikke oppdager mulighetene som finnes der ute, men at de skaper dem ved å utnytte teknologisk utvikling (Schumpeter, referert i Klimis & Wallis, 2009, s. 269). Videre i artikkelen foreslår de at artisten, eller entreprenøren, er villig til å gi fra seg potensiell profitt i bytte mot kompetent tjenesteyting, som i en avtale med et plateselskap. I den fysiske verden er disse tjenesteyterne stort sett knyttet opp mot funksjoner i det tradisjonelle bransjeparadigmet (se figur 1). I det digitale domenet bryter mange av rollene fra det tradisjonelle paradigmet sammen, da disse ikke nødvendigvis legger til noen økonomisk verdi til artistens, eller entreprenørens, kreative produkt. Klimis og Wallis peker ut A&R-rollen er et mulig unntak fra denne generaliseringen (4.1.2). Artisten står da fritt til å velge samarbeidspartnere og sammensetning for å realisere sitt kreative produkt (Klimis, referert i Klimis & Wallis, 2009 s. 269).

INT. 1 gir uttrykk for at kompensasjonsmodellen som baseres på honorar og salgsroyalties, er i ferd med og endres til fordel for komponistandeler som kompensasjon for produksjonsarbeid. INT. 2 stemmer i dette perspektivet, da hen reflekterer rundt platebransjens svake økonomi som årsaken til at artister og plateselskap ikke lenger kan friste med forskudd og salgsroyalties til produsenter. Slik jeg skrev om i 4.2.1 har forskuddene fra plateselskapene sunket. Dette har igjen påvirket de økonomiske betingelse for studioene og produsentene som jobber i, eller for dem (Watson, 2016 s. 96-97). Med bakgrunn i at den økonomisk hardt pressede artisten nå står fritt til å velge funksjonene som legger verdi til sitt musikkprodukt, er det naturlig at de velger samarbeidspartnere som har en solid kunstnerisk subjektivitet på produksjonsfronten. Det er også hensiktsmessig for artisten å velge samarbeidspartnere som kan fylle flere roller i en produksjonsprosess, som en produsent med

kompetanse innen studioteknikk, arrangement og komposisjon. I underkategori 4.1.1 definerer de unge produsentene seg som komponister og arrangører. INT. 2 nevner at hen har vært i produksjonssituasjoner der hen har blitt kompensert med hele 33,3% av komponistandelen. Dette kan tyde på, at artister som operer som egenprodusenter, lokker kreativt sterke produsenter til kompositorisk samarbeid ved å være villige til å gi fra seg komponistandeler som økonomisk kompensasjon.

Det må i denne sammenhengen nevnes at INT. 1 ikke har inntrykk av at dette perspektivet er en pågående diskusjon i produsentmiljøene hen beveger seg i. INT. 2 føler seg ikke komfortabel med å diskutere økonomi, med unntak av profesjonelle som står hen nære. Deres inntrykk av tilstanden bak produsentens kompensasjon kan være forsterket av samtaler med hverandre. Deres inntrykk kan også være forsterket av oppdragssegmentet de operer i, da de to har meget sterke musikalske evner og utfyllende roller i henhold til hverandre i en produksjonssituasjon. Artister som ønsker å bruke dem, kan ha ønsker om å filtrere sine låter gjennom deres spesifikke "sound". Dette kan med andre ord være INT. 1 og 2 sin nisje i markedet, og dermed være et relativt isolert tilfelle. Den løse definisjonen av rollen kan åpne opp for mistanker om at dette er en generell tilstand, på bakgrunn i hvordan produksjonsmarkedet ser ut for dem.

4.2.4 Forskningsspørsmålet – påvirker et ønske om låtandeler produsentens kreative valg i studio?

Slik som i underkategori 4.1.1, er det vanskelig å drøfte dette undertema opp mot teori. Min hensikt med denne delen er å presentere svarene til intervjupersonene, slik at leseren kan se selv kan vurdere spørsmålets gyldighet.

Jeg har forsøkt å tilpasse meg den sosiale flyten for å få forskningsspørsmålet inn i samtalene med INT. 1 - 4. Konteksten og formuleringen til spørsmålet varierer. Fordi jeg anser det som en potensiell svakhet, har jeg valgt å legge til noe av sammenhengen i samtalen som leder til spørsmålet. Jeg har valgt å inkludere de opprinnelige intervjutranskripsjonene med følelses- og reaksjonsmarkører, markert med stjerne (*) og parentes, slik at leseren lettere kan sette seg inn i affekten og reaksjonene til intervjupersonene i det jeg stiller spørsmålet.

INT 1:

Har du jobba med en artist som har jobba med en artist som har samarbeidet med en selvstendig låtskriver? Eller har du bare jobba med artister som kun har kommet med sine egne ideer? Dersom du ser for deg et kakediagram - har de kommet inn med: "Ok, dette her

er 50 % meg og 50% en selvstendig låtskriver.” En som ikke er artisten, en som allerede har samarbeidet kreativt med artisten.. (Bli avbrutt)

Ja, altså; den ene låta vi har med Artist X har jo han lagd.. eller.. to av de har (han laget) med en annen fyr (før de ble sendt til INT 1. og 2.), så der har de allerede en 50/50-splitt, så kommer vi inn og produserer det, så skal vi ha en del av kaken også.

Ja, men hvor blir det da.. ehh.. Hvilken halvpart av kaka tar dere av da, på en måte? Begge sin? Han sin (artisten)?

Ja, akkurat der er det Artist X sin del. For han kommer jo til oss liksom. Så han føler vel at det er riktig, for han. Ehh... Men jeg vet ikke om... Ehh.. var det det du spurte om? **Usikker**
*Jaja! Det var det! *Opprømt**

Men dersom det kommer inn en kakebit som allerede er oppstykket, trur du at du enten bevisst eller ubevisst, tar grep i låta som gjør at din slice (andel) blir større?

Hehehe! **Ler litt lurt** Åja! Sånn, ja!

Trur du at det på en måte er.. Trur du noen ganger at.. (Bli avbrutt)

... At det liksom er en sånn felle? Nei, ikke en felle..(Bli avbrutt)

Nei, ikke nødvendigvis en felle, hverken negativt eller positivt, bare et insentiv. Kan dine kreative valg bli påvirket av et ønske om låtandeler?

Åja, sånn, ja! Det er jo et litt sånn tricky spørsmål, da! Ja, litt sånn..

*Hehe! *ler litt lurt tilbake**

Det kan jo hende at det er noe jeg underbevisst gjør, men jeg har jo ikke nødvendigvis tenkt på det. Men...

Har du hørt noen de tilfellene? Er det liksom et tema? Er det noe man prater om?

Nei, jeg har ikke hørt noe om det.

Nei, ingen har liksom ikke noe rykte på seg for å være låtandel-haier?

Hehehe! **ler unisont**

Nei, men det er det helt sikkert folk som er. Altså.. Viss du får et musikkstykke foran deg og du endrer det bittelitt, så plutselig får du mer penger, så kan du jo.. Hehe.. Så kan du jo endre det, men..

Trur du at man er mer tilbøyelig til å ta sånne type valg.. (Bli avbrutt)

Nei, jeg vil jo ikke tro det.. Jeg må jo bare svare for meg selv, da..

INT. 2:

Siden det ligger ganske fast på 12,5 og 10 %, er det en fastsatt sats før dere setter i gang med å skrive en låt, eller er det noe dere blir enige om i etterkant av låta, og at bare nesten alltid ender opp der?

Ja. Det har jo.. Det har vært.. Jeg må tenke (lang tenkepause) Altså; Det har jo også hendt at vi har gått i studio med en artist og jobbet frem en låt fra ingenting. Jobbet frem en ny låt sammen. Og da har jeg endt opp på en mye høyere prosentandel, for da har man jo vært mye mer involvert i komposisjonen. Og da har jeg vært oppe i trettitre prosent (33%).

Det har rett og slett blitt fordelt helt likt på de tre som jobba på prosjektet.

Når du setter i gang et slikt samarbeid, er det sånn at du prøver på med flest mulig ideer for å få den variable prosenten din opp så høyt som mulig, eller opplever du en (Blir avbrutt)

Neei-eee. Jeg ville.. Jeg prøver å unngå å tenke økonomi i det hele tatt, i en kreativ prosess. For da er det alltid det musikalske som står i fokus. Og det viktigste av alt er at musikken blir så fet som den kan bli. Om det er min idé eller andres ideer har ikke så mye å si.

INT. 3:

Men la oss si at du produserer en beat og melo.. og lager akkor... Liksom lager en beat med melodi for eksempel da. At du liksom har kommet like langt som han fyren i forrige eksempel (Låtskriver), han med de 70 prosentene. Er det sånn at du kan... Er det sånn at du har på en måte makt til å si: «Her skal jeg ha... Her skal jeg ha 60-70% av hele...»

Det er sikkert mye mulig, men det hadde jeg aldri gjort. *sagt med overbevisning*

Nei. Ok. Hvorfor ikke?

Nei, fordi at det er... Det er en langsiktig greie det her og... og om jeg hadde truffet på den melodien, så hadde en annen gjort det på en annen. Og da... Det er rett og slett bare for det langsiktige samarbeidet og... og at det skal funke fint. Så... og det som er viktig å tenke på, og som vi blir minnet på hele tiden - Nå er vi jo ganske liksom... Vi er jo uerfarne fortsatt liksom. Selv om vi har en del sjuke plasseringer - Det er at credits har hundre ganger så mye å si.

Enn penger?

Enn penger og prosenter da. Credits har alt å si.

INT. 4:

Apropos det siste der... Du sier du er en kunstnerisk produsent. Vil du da gå inn i låtmaterialet og ta grep, slik at du får TONO?

Ja, altså; jeg går ikke inn for å få tonorettigheter. Det er veldig viktig. Men, jeg går inn for å få et bedre kunstnerisk resultat, viss jeg føler at det er nødvendig. Og der er jeg... Der er jeg ganske sterk. Viss jeg hører at «Her trengs det en bridge. Her trengs det et eller annet. En ny orkestrering. Altså; jeg hører at det er bra, men viss vi topper littegrann», viss vi føler at vi på

en eller annen måte ha en kunstnerisk medvirkning, på det egentlige kompositoriske arbeidet, innenfor en tonosats (arrangør, bearbeidelsesandelen osv.) så sier jeg klart og tydelig at: «Jeg håper dere forstår at at det kanskje noen prosenter her bør gå på ton... Og det er aldri noen problem. Men da tar jeg det faktisk ganske fort. Viss det er et problem, så får vi heller ta å revurdere mitt bidrag inne i dette her. Det har aldri skjedd, bare så det er sagt. For det kan jo faktisk løfte hele produktet. Og det er jo det vi er på jakt etter. Så får man æres den som æres bør. Det som er veldig lurt for en produsent, viss han kommer i en sånn situasjon, er å ta det med en gang. Det verste man kan gjøre er å bare kjøre på, mikse ferdig plata, alle 12. (tolv) låtene, og så er vi der, og nå skal den ut og "Åj! Der kom det en 6er (terningkast seks) i VG!», og så tar du det møtet. Er du med?

Oppsummering av intervjupersonenes svar på forskningsspørsmålet:

Det er ikke uventet at samtlige intervjuobjekter svarer negativt når de blir spurt om de tar kreative grep for å øke sin andel i verket. Det har vært vanskelig å finne en naturlig vinkling for å skjule min intensjon bak spørsmålet. INT. 1 aner det noe merkelige spørsmålet, og til dels avslører hensikten bak mitt spørsmål. Hen anerkjenner at løse avtaler kan utnyttes av spekulanter som ønsker å øke sin andel, men hen oppfatter ikke at dette er en pågående samtale i miljøet. INT. 2 svarer med at det kreative fokuset holder hen igjen fra å tenke på økonomi i det hele tatt. Ideen står sentralt, ikke personen som står bak den.

INT. 3 sier at hen aldri ville krevet mer i kompositorisk prosess, selv om hen var den tyngste bidragsyteren til ideen. Jeg tolker hen dit hen, at lojaliteten til produksjonsteamet, og forhåndsavtalen om like rettigheter til verket, holder hen igjen fra å "miste hodet" og ta økte andeler. INT. 4 er på samme side som INT. 2, da hen nevner ideen og den kollektive prosessen som sentral, og dersom det skulle bli noe problem i løpet av prosessen, gir hen heller opp bidraget sitt i sammenhengen.

5. Oppsummering og konklusjon

Innledning:

Det har gått opp for meg, under tiden jeg har skrevet denne avhandlingen, at formuleringen av forskningsspørsmålet fører med seg mange strukturelle og etiske svakheter. Jeg har forsøkt å ta høyde for noen av disse svakhetene, blant annet ved å anonymisere intervjuobjektene og personene de omtaler i sine svar. På bakgrunn av historien i åpningskapittelet, blir det gjort klart at mitt ønske om å undersøke temaet har sin rot i forvirring og frustrasjon mot bransjen,

og en forestilt makt jeg har tillagt produsentrollen. I denne sammenhengen har jeg vært nødt til å stille meg selv noen kritiske spørsmål knyttet opp til mine egne ønsker. Som låtskriver; har min strategi vært å lure intervjupersonene til å gi meg ”den egentlige sannheten” bak hvordan de klarer å tjene penger i dagens musikkproduksjonsmarked?

Jeg har ikke lyktes med å finne et konkret svar på dette spørsmålet, men jeg har lært noe nytt om produsentrollen, og jeg har kommet over noen interessante momenter jeg tror kan være viktige for rollens fremtid. Jeg skriver mer om dette i 5.4 forslag til videre forskning. I oppsummeringen 5.1, samler jeg opp tendensene jeg har kommet over i drøftingen av undertemaene, for så å forsøke å svare på mitt eget forskningsspørsmål i 5.2 Konklusjon.

5.1 Oppsummering

Det eksisterer mange definisjoner av produsentrollens funksjoner (Technology Today: Bob Power, 2008). Fra rollens opprinnelse til nå, har utviklingen tendert fra et administrativt mandat til et styrket kreativt mandat (Huber & Runstein, 2014, s. 21). En forklaring til dette kan være produsentens argument om sin kunstneriske egenverdi, som i sin tur smitter over på artistens musikkprodukt (Passman, 2011). Noen av rollens kjernefunksjoner fra det tradisjonelle paradigmet kan enten ha vedvart, eller dukket opp igjen, da det finnes artister som opererer som makroprodusenter, eller A&R, i komponeringsprosessen av sin egen musikk. Plateselskapene gikk utenfor sitt tradisjonelle arbeidsfelt da de introduserte 360-avtalen, noe som har ført til ytterligere rolleforvirring i bransjen (Tessler, 2016). Den svake omsetningen til plateselskapene har åpnet opp for egenproduserende artister. Flere produsentoppdrag bestilles direkte fra disse, som selv avgjør hva som legger verdi til deres musikkprodukt (Klimis og Wallis 2009). På bakgrunn av de lave forskuddene fra plateselskapene, og svake innspillingsbudsjetter til egenprodusentene, kan produsentrollen få mange ekstra funksjoner for å veie opp for mangel på økonomiske midler (Watson, 2016). Selv om forskuddene har blitt redusert, opplever noen produsenter som jobber på bestilling fra et plateselskap å bli kompensert i form av et honorar. Det samme gjelder for royalties tilknyttet salg, selv om en lav andel av innspillinger når ”break even”, slik at utbetalingen finner sted (Sinnreich, 2016). De lave innspillingsbudsjettene har sunket i takt med produksjonskostnadene (Grohl, Rota & Ramsay, 2011). Dette har vært en sterk bidragsfaktor til at egenprodusenter har tatt større markedsandeler, og i sin tur ført til fordeler for de mindre studioene (Watson, 2016). Tilgjengeligheten til billig studioteknisk utstyr har ført til et økt produsentmarkedet, og gjort at terskelen for å kalle seg en produsent har sunket (Théberge, referert i Watson, 2016, s. 95). Denne utviklingen førte blant annet til etableringen av

hjemmestudioet som et konsept på 80- og 90-tallet. PC-en, med DAW-program som Pro Tools og Logic, ble med tiden det nye 0-punktet for innspilling. Under disse forholdene jobbet soveromsprodusenter som amatører, men har siden vokst seg til en kreativ kraft innen musikkproduksjonsmarkedet. Denne utviklingen kan ha bidratt til en redefinerings av pre-prod-fasen, som tidligere var det forberedende steget før gjennomføring i ”et ekte studio”. Nå som nettverksstudioet har åpnet opp for å sende prosjekt- og audio filer over internett, kan produksjonsprosessen ligne mer på et puslespill der brikkene gradvis faller på plass. Produsenter som jobber innenfor disse tekniske og strukturelle rammene, kan ha lettere å definere seg selv som komponister og arrangører, da kravet til deres produsentfunksjon oppfylles av begrensningene de jobber innenfor. Det er naturlig for en artist med begrensede midler, eller hvilken som helst kreativ initiativtaker, å spille ut kortene de har for hånd for å realisere sine kreative prosjekter. I noen tilfeller, kan det virke som om de kreativt sterke produsentene blir lokket til samarbeid ved å bli tilbudt kreative andeler (Klimis & Wallis 2009). Jeg vet ikke om hvorvidt dette er en voksende trend, men tendensene bak utviklingen, og inntrykkene til mine informanter, gjør at det logisk trekker i denne retningen med tanke på kompensasjonen av produsentrollen.

5.2 Konklusjon

Påvirker et ønske om komponistsandeler produsentens kreative valg i studio?

Selv om trange kår er en del av hverdagen til INT. 1 – 4, uttrykker de at økonomisk kompensasjon ikke er motivasjonen bak deres valg om å jobbe som produsenter, uansett hvilken kilde pengene eventuelt kommer fra. Penger er viktig, men det er først og fremst fordi de må betale regningene sine. Kreden og langsiktigheten i samarbeidene deres er viktigere enn pengene, og det kan virke som om komponistandelen representerer denne kreden (Throsby, 2001). På bakgrunn av deres alder og erfaring, utviser INT. 1 – 3 en ydmykhet til produsentfaget, tross deres karrierers gode start. INT. 4 snakker fra erfaring, da hen sier at musikkteknologi ikke har endevendt bransjen, men at den har skapt en ny presedens, og en ny måte å gjøre ting på. Bransjens strukturer står stort sett uberørt, og det kan se ut som om at bransjens funksjoner roterer i rollene som allerede eksisterer i den. Å bli invitert inn i låtskrivingsprosessen er en tillitserklæring, da det å skape et immaterielt produkt i samarbeid med andre fordrer at en ”deler av seg selv”. Lojaliteten som oppstår som et biprodukt av samarbeidet med hverandre, og til artisten de jobber for eller med, gjør at de ikke bryter de løse eller opprinnelige avtalene - selv om deres rettigheter ikke nødvendigvis blir ivaretatt i en tradisjonell produsentkontrakt. Intervjupersonene er av forskjellige

oppfatninger når det gjelder hvor avklart fordeling av komponistandeler bør være i forkant av påbegynt kreativt arbeid. For INT. 1 og 3 representerer den absolutte avtalen trygghet i samarbeidssituasjonen. INT. 2 og 4 gir signaler om at det også kan være naturlig å avtale rettighetsfordelingen på basisen av prosjekt til prosjekt, uavhengig av teamsammensetningen. Uavhengig av timing, er det helt sentralt at avtalen sørger for at det ikke blir dårlig stemning. Basert på føringene i forskningsdesignet, det teoretiske rammeverket, og empirien jeg har samlet inn, lar ikke produsenten sitt ønske om komponistandeler påvirke deres kreative valg i studio.

Finnegan and Choen both show that almost all young rock musicians do fantasize about “making it” nationally and becoming rich and famous. They almost all take the initial steps to achieve this - making demo tapes for radio play and A&R attention, for example. At the same time, though, these musicians can’t really be said to be “in it for the money”

(Frith, 1992, s. 176).

5.3 Forskerens ettertanker

Jeg har forsøkt å finne ut om produsenter, på bakgrunn av deres kunstneriske mandat, bevisst eller ubevisst ønsker å ta kreative grep i en kompositorisk samarbeidssituasjon for å øke sin andel: Nei. Det gjør de ikke - men, de kan.

Dersom det er en økende tendens til at produsenter blir økonomisk kompensert med komponistandeler, har jeg i beste fall belyst en svakhet i et system basert på tillit. Dersom det ikke er en fastsatt avtale om fordeling av komponistandeler i forkant av påbegynt kreativt arbeid, kan dette utnyttes av hvem som helst i samarbeidssituasjonen, uavhengig av tittel. Svakhet er et iboende element i alle tillitssystemer. Det ville vært mer interessant å belyse mekanismene som holder produsentene igjen fra å ta ”unødvendige kreative grep” for å øke andelen sin. Noe jeg i liten grad har fått til med denne avhandlingen.

5.4 Forslag til videre forskning

I undertemaet 4.1.3 drøfter jeg nettverksstudioets funksjoner, og dens relevans for profesjonelle produsenter. I oppsummeringen av resonnementet til undertemaet spør jeg: Kan det være slik at minimumskravet til studioutstyr, for produksjon av den nye bølgen EDM-musikk fra Norge, bryter med Hendrik Spilkers idé om hva slags utstyr et profesjonelt studio består av?

I sammenhengen over tok jeg utgangspunkt i Hendrik Spilkers (2012) definisjon av det profesjonelle studioet. Siden han kommer fra et media-teknisk perspektiv, er det sannsynlig at definisjonen av studioet ikke sto særlig sentralt i hans prosjekt. Det må nevnes at det antagelig finnes mange kilder til definisjonen av et profesjonelt studio, definisjoner jeg ikke kjenner til for øyeblikket. Det kan tenkes at publiseringstetthet av innspillinger er et parameter. Uansett definisjon, mener jeg det ville vært interessant å se nærmere på hva slags studioutstyr som blir brukt til produksjonen av den mest populære musikken som eksporteres fra Norge i dag. Kan det være slik at de hardware-baserte studioene tenderer mot å bli nisje, som sikrer deres overlevelse i markedet dominert av nettverksstudioer på ”steroider”? Designet til en slik studie kan ha mange former, men jeg tenker at utgangspunktet kan ligne noe på Per Elias Drabløs (2015) sitt PhD-prosjekt, der han tok utgangspunkt i Billboard Hot 100 for å undersøke tendenser i det elektriske basspillet, fra 60- til 80-tallet. Ved å avgrense studien til norskproduserte hits med gjennomslag på internasjonale hitlister, kan man gå kvantitativt til verks for å måle parameterne man setter opp. Jeg ser det mer sannsynlig at innslaget av denne metoden kan støtte opp et kvalitativt prosjekt, da avgrensningen trolig vil være nokså eliminerende for potensielle forskningsobjekter, eller personer.

Litteraturliste

Albini, S. (2000). Steve Albini. I Barbara Schultz (Red.), *Music producers: Conversations with today's top hitmakers*. Emeryville, CA.: Intertec publishing corporation.

Apple. (2013). iTunes Store setter ny rekord med 25 milliarder solgte sanger. Hentet fra <http://www.apple.com/no/pr/library/2013/02/06iTunes-Store-Sets-New-Record-with-25-Billion-Songs-Sold.html>.

Avid Knowledge Base. (2018a). Release dates and versions for Pro Tools HD/TDM. Hentet fra http://avid.force.com/pkb/articles/en_US/ReadMe/en207687.

Avid Knowledge Base. (2018b). Release Dates and Versions for Pro Tools (v9 and later, includes Pro Tools HD). Hentet fra http://avid.force.com/pkb/articles/en_US/faq/en393795.

Beskyttelse av immaterielle rettigheter. (2010-2011). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/6b37992edf1c4a3d8d5c3687ecee48a/immrett.pdf>.

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2010). *Kvalitative metoder: en grundbog*. København: Reitzel.

Brown, J. (2009). *Rick Rubin: in the studio*. Ontario: ECW Press.

Burgess, R. J. (2001). *The art of music production*. London: Omnibus press.

Buskin, R. (2007). CLASSIC TRACKS: Les Paul & Mary Ford 'How High The Moon'. Producer & Engineer: Les Paul. *Sound un sound*. Hentet fra <http://www.soundonsound.com/people/classic-tracks-les-paul-mary-ford-how-high-moon>.

Buskin, R. (2014). *The history of music production*. New York: Oxford university press.

Collier, A. (2014). All hail the sampler. *Canadian musician*, 36(4), 31.

- Drabløs, P. E. (2015). *The quest for the melodic electric bass*. London: Routledge
- Duffy, T. & Flick, L. (1990). Milli Vanilli Didn't Start The Fire. *Billboard*, 102 (49), 4, 89.
- Easley, R. F. (2005). Ethical issues in the music industry response to innovation and piracy. *Journal of Business Ethics*, 62, 163–168. DOI: 10.1007/s10551-005-0187-3.
- Fordelingsplan. (2010). Fordelingsplan for TONO. Hentet fra <http://www.tono.no/om-tono/tono-i-tall/fordelingsplan/>
- Frith, S. (1992). Popular music. I L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler (Red.), *Cultural studies* (s. 174-187). New york: Routledge.
- Frith, S. (2004). *Music, critical concepts in media and cultural studies*. London: Routledge.
- Grenness, T. (2004). *Hvordan kan du vite om noe er sant?: Veiviser i forsknings- og utredningsarbeid for studenter, ledere, konsulenter og journalister*. Oslo: Cappelen akademiske forlag.
- Grohl, D., Rota, J. A. & Ramsay, J. (Regissør og produsenter). (2013). *Soundcity [DVD]. USA: Roswell films*
- Hammond, R. G. (2016). The fallacy of composition and disruption in the music industry. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. (s. 73-95) Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Harrison, A. K. (2006). "Cheaper than a CD, plus we really mean it": Bay Area underground hip hop tapes as subcultural artefacts. *Popular Music*, 25(2), 283–301. DOI:10.1017/S0261143006000833.
- Huber, D. M., & Runstein, R. M. (2014). *Modern recording techniques*. Burlington: Focal press.

Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs*. New York: Simon & Schuster.

IFPI. (2013). Streamingstatistikk. Hentet fra <http://www.ifpi.org/facts-and-stats.php>.

Jackson, B. M. (2014). *Music producer's survival guide*. Hentet fra <https://ebookcentral.proquest.com/lib/agder/reader.action?docID=3136678#>.

Johannesen, A., Tufte P. A., Christoffersen, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag

Klimis, G. M. & Wallis, R. (2009). Copyright and entrepreneurship: Catalyst or barrier?. *Information, Communication & Society*, 12(2), 267-286. DOI: 10.1080/13691180802459989.

Kretschmer, M. & Kawohl, F. (2004). The History and Philosophy of Copyright. I Frith, S. & Marshall, L. (Red), *Music and copyright*. (s. 21-53). Edinburgh: Edinburgh University Press

Krukowski, D. (2017). *The new analog: listening and reconnecting in a digital world*. New York: The new press.

Kvale, S. (1996). *Interviews : an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE publications ltd.

Kvale, S. & Brinkman, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.

Kvale, S. & Marshall, C. (2010). *Designing quantitative research*. Thousand oaks, Calif.: SAGE publications ltd.

Larkin, C. (2006). *Encyclopedia of popular music*. University of Michigan: Muze.

Leyshon, A. (2001). Time-Space (and Digital) compression: software formats, musical networks, and the reorganisation of the music industry. *Environment and Planning*, 33(2011), 49-77. Hentet fra http://www.academia.edu/1367569/Time-Space_and_Digital_Compression_Software_Formats_Musical_Networks_and_the_Reorganisation_of_the_Music_Industry.

Liebowitz, S. (2005). File-sharing: creative destruction or just plain destruction? *Center for the Analysis of Property Rights Working Paper*, 04 (2005). Hentet fra <https://www.utdallas.edu/~liebowit/intprop/destruction4.pdf>.

Malle, B. F., Moses, L. J. & Baldwin, D. A. (2001). *Intentions and intentionality*. MA, USA: MIT press.

Martin, G. (1994). *All you need is ears*. New york: St. Martins Press.

Mishler, E. G. (1991). *Research interviewing: context and narrative*. Hentet fra <https://ebookcentral.proquest.com/lib/agder/detail.action?docID=3300745>.

Moore, G. E. (1965). Figure 1: Moore's Original Law: Logarithm of the Number of Components on a Memory Chip Over Time [Figur]. Hentet fra https://www.thocp.net/biographies/papers/moores_law.htm

Moreau, F. (2013) The Disruptive Nature of Digitization: The Case of the Recorded Music Industry. *International journal of arts management*, 15(2013), 18-31. Hentet fra http://www.academia.edu/26787417/The_Disruptive_Nature_of_Digitization_The_Case_of_the_Recorded_Music_Industry.

Moser, D. J. & Slay, C. (2014). *Music copyright law*. Boston: Course Technology / Cengage Learning.

Nora. (2016, 25.01). Stiftelseserklæring. Hentet fra <http://noramusikk.no/wp-content/uploads/2016/01/NORA-Stiftelseserklæring.pdf>.

Nordgård, D. (2016). Lessons from the world's most advanced market for music economy. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. (s. 175-191). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

NRK. (2015). *Nøkkelen til suksess* [Videoklipp]. Hentet fra <https://tv.nrk.no/serie/noekkelen-til-suksess>.

NSD, personvernombudet for forskning. (2018a, 16.mai). Må jeg melde prosjektet mitt? Hentet 17 mai 2018 fra http://www.nsd.uib.no/personvernombud/meld_prosjekt/index.html.

NSD, personvernombudet for forskning. (2018b, 18 mai). Vanlige spørsmål. Hentet 18 mai 2018 fra http://www.nsd.uib.no/personvernombud/hjelp/vanlige_sporsmal.html?id=2.

Oberholzer- Gee, F. & Strumpf, K. (2007). The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis. *Journal of Political Economy*, 115(1), 1-42.

Passman, D. S. (2011). *All you need to know about the music business*. London: Penguin books.

Piracy it's a crime. (2005). [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.youtube.com/embed/HmZm8vNHBSU>

Posner, R. (2005). Intellectual property: The law and economics approach. *Journal of economic perspectives*, 19(2), 57-73. DOI: 10.1257/0895330054048704.

Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlag.

Sayer, R. A. (2010). *Method in social science: a realist approach*. London: Routledge.

Sinnreich, A. (2016). Slicing the pie: the search for an equitable recorded music economy. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. (s. 153-175) Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Spilker, H. S. (2012). The network studio revisited: Becoming an artist in the age of «piracy cultures». *International journal of communication*, 6 (2012), 773-794. DOI: 1932-8036/20120773.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics Of Qualitative Reaserch: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. New Delhi: Sage Publications Ltd.

Technology Today: Bob Power. (2008). [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=Qpsn--A2Niw>.

Tessler, H. (2016). Back in black: Rethinking core competencies of the recorded music industry. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. (s. 33-53) Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.

The guardian. (2000, 27. july). *Napster loses net music copyright case*. Hentet 01 april 2018 fra <https://www.theguardian.com/technology/2000/jul/27/copyright.news>.

Throsby, D. (2001) The economics of creativity: economic and cultural value in the working lives of creative artists. I S. Janssen, M. Halbertsma & K. Ernst (Red.) *Trends and strategies in the arts and culture industries* (323-330). Rotterdam: Barjesteh Press.

Tjora, A. H. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Tjora, A. H. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (Utg. 2) Oslo: Gyldendal Akademisk.

TONO fordelingsplan. (2010). *Kapittel IV Rettighetshavers andel i musikkverkets avregningsbeløp*. Hentet fra <http://www.tono.no/om-tono/tono-i-tall/fordelingsplan/#kap4>

Towse, R. (2010). Creativity, copyright and the creative industries paradigm. *Kyklos*. 63 (3),

461-478.

Trost, J. (1993). *Kvalitative intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Tschmuck, P. (2009). Copyright, contracts and music production.

Information, Communication & Society, 12 (2009), 251-266. Hentet fra

<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13691180802459971?scroll=top&needAccess=true>.

Tschmuck, P. (2016) «Music industry transformation in context»: From record selling to cultural entrepreneurship: the music economy in the digital paradigm shift. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry* (s. 13-33). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Voss, D. (2001). Music industry strikes sour note for academics. *Science*, 292 (5518), 826-827. DOI: 10.1126/science.292.5518.826

Watson, A. (2016). Digital disruption and recording studio diversification: changing business models for the digital age. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business innovation and disruption in the music industry* (s. 95-113). Cheltenham: Edward Elgar publishing.

Wikström, P. & Defillippi, R. (2016). Introduction. I P. Wikström & R. Defillippi (Red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. (s. 1-13) Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Åndsverkloven. (1961). *Lov om opphavsrett til åndsverk m.v.* Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1961-05-12-2>