

Jeg trodde vi skulle rocke!

Om rammebetingelser i den norske musikkbransjen.

Martha Norheim Lyse

Veiledere

Morten Øgård

Linda Hye

Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet inntår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	1
Forord	2
Sammendrag	3
Kapittel 1: Innledning	4
Kapittel 2: En musikkbransje i endring	6
Kapittel 3: Metode	12
Kapittel 4: Teoretiske perspektiver på musikkbransjen	15
Den strukturelle rammen	15
Human Resource rammen	18
Den politiske rammen	20
Den symbolske rammen	22
Kapittel 5: Hva er hovedutfordringene med rammebetingelser i den norske musikkbransjen?	25
Kapittel 6: Hvordan skape bedre rammebetingelser?	40
Kapittel 7: Musikkbransjen i et samfunnsperspektiv	48
8. Konklusjon	51
Litteratur og kilder	53

Forord

Musikkbransjen i Norge er et spennende felt og jeg er heldig som har fått lov å studere og forske på denne gjennom min mastergrad i ledelse ved Universitetet i Agder.

For å kunne gjøre dette har jeg vært avhengig av å bruke nettverket mitt for å kunne komme frem til en problemstilling som ikke bare er forskningsmessig interessant, men som også musikkbransjen i Norge vil kunne ha nytte av.

Jeg har vært heldig som har hatt kunnskapsrike, tilstedeværende og tålmodige veiledere i Linda Hye og Morten Øgård. Jeg er takknemlig for all hjelp.

En klarer ikke å komme seg inn i musikkbransjen uten hjelp og flere har åpnet dører for meg. Derfor vil jeg rette en stor takk til Ole Petter Søllesvik, som ga meg min aller første jobb i kulturbransjen, til Stein Bjelland som satte meg på riktig spor og til Kvelertak som er mye av grunnen til at jeg har fått nøkkelkompetanse og erfaring i musikkbransjen. Jeg setter enormt stor pris på dere og alt dere har gjort for meg.

Til slutt vil jeg takke familie og venner som har vært gode støttespillere og mine informanter som har gitt meg helt nødvendig informasjon til denne oppgaven.

Martha Lyse

Stavanger, 06. 06. 2016

Sammendrag

Grunnen til at jeg har valgt å kalle oppgaven min «jeg trodde vi skulle rocke» er fordi dette sitatet er hentet fra en utøver som til en viss grad følte musikkbransjen, ansvar og alvoret i det å drive med musikk var blitt for stort. Uttrykket ble etter en stund et fast sitat når en følte at fokuset endret seg fra det å faktisk spille og komponere musikk.

I mitt daglige virke har jeg utøvere innom kontoret for rådgivning både når det kommer til kunnskap om bransjen, men også for å kunne tenke strategisk rundt egen karriere. Dette er også hovedgrunnen til at jeg valgte å studere mitt eget fagfelt i min masteroppgave. Jeg er interessert i å kunne belyse utøvernes situasjon og å kunne se på den norske musikkbransjen gjennom en forskers briller.

Min problemstilling er som følger:

1. hva er hovedutfordringene når det kommer til rammebetingelser i norsk musikkbransje?
2. hvordan kan en skape bedre rammebetingelser for utøvere og musikkbransje?

I oppgaven har jeg brukt teoretiske perspektiver fra bl.a Boleman og Deal (2014) og intervjuer med informanter fra utøversiden i musikkbransjen for å kunne gi et bilde av disse utfordringene.

Samtidig har jeg satt de inn i en bransjesammenheng og gitt et historisk blikk på en musikkbransje i endring.

Intervjuer og de teoretiske perspektivene viser at en har utfordringer med fleksibilitet, kunnskap, maktfordeling og inkludering. Mine funne viser også at en ikke i like stor grad klarer å mynddiggjøre utøverne og at det er en mangel på kunnskap både om og i bransjen. For å kunne bedre rammebetingelsene er derfor kunnskap og mynddiggjøring nøkkelen.

Dette vil sikre den norske musikkbransjen en god utvikling og vi vil kunne skape gode og langvarige karrierer for utøverne.

Kapittel 1: Innledning

Etter flere år som rådgiver og manager i musikkbransjen har det dannet seg et bilde om at en i ulike kunstneriske konstellasjoner innehar ulik makt og at fordelingen i musikkbransjen er skjev. For de kunstneriske delene av bransjen vil det å eie sine egne rettigheter oppfattes som å ha makt over egen karriere. For plateselskaper vil det å ha rettigheter i artister/bands åndsverk bety økonomisk vinning og kontroll over karrieren på andre måter enn dersom en benytter lisensavtaler. Her har vi også sett et forsøk på med 360-avtaler. Hvor plateselskapet skal ta hånd om alle delene av karrieren til artisten eller bandet. Utøverne har ofte utfordringer med å navigere i musikkbransjen etter de endringene som har skjedd. Den kjente verdikjeden har gjennomgått endringer.

Gjennom de siste årene har musikkbransjen sett en stor endring i konsumet av musikk. En har sett en økning i norske festivaler og konsertarrangører som igjen har gjort at live-inntekter er den største delen av inntektene til band og artister per i dag.

I min jobb møter jeg ofte band og artister som ønsker å ta kontroll over egen karriere, men i stor grad overlater denne kontrollen til enkeltpersoner i band/band-konstellasjon eller til en utenforstående person eller bedrift. Utfordringen de da møter er at de i stor grad må besitte mye kunnskap om et ganske lukket system. En arbeider hele tiden for å ha en jobb.

Konsekvensene av dette er at en i større grad må turnére og være aktive på live-markedet for å holde økonomien i gang og sikre en langvarig karriere.

En ser også at kontraktsformen endres i takt med endringen i inntekt fra avregninger på streaming og platesalg. Dette vil i fremtiden påvirke hvordan man arbeider med band og artister, men også hvordan band og artister må organisere seg for å tjene penger på sin virksomhet. Det store streaming-markedet vil også gi publikum større makt over hvem som slår gjennom og hvem som ikke gjør det. De gamle "gate-keeperne" fra plateselskapene er ikke lenger like viktige som før. En kan "slå gjennom" uten å være signert på et plateselskap (ref. Kygo) og en kan bruke sosiale kanaler til å nå sin målgruppe. Dermed setter en etablerte verdikjeder under press.

Det er nettopp dette som er noe av maktforskyvningen. Der en tidligere har hatt store plateselskaper som har arbeidet med artistene og "bestemt" hvem som skal satses på ligger

makten i større grad hos artisten. Dette fordi en nå har muligheten til å selv-publisere materialet sitt. Allikevel er ofte artister og band avhengige av kompetanse og nettverk for å lykkes. Ofte er det bransjen og ikke utøveren som har dette.

Jeg mener denne oppgaven vil være relevant for musikkbransjen fordi den peker på hvordan artister og band kan bli mer bevisste rundt sin egen karriere og hvordan musikkbransjen kan tilpasse seg den nye virkeligheten. Hvordan skal en navigere i en bransje der makten og strukturere her endret seg. Det er viktig for band og artister å vite hvordan en forholder seg til musikkbransjen og dens rammebetingelser.

Derfor har jeg valgt følgende problemstilling:

- hva er hovedutfordringene når det kommer til rammebetingelser i norsk musikkbransje?
- hvordan kan en skape bedre rammebetingelser for utøvere og musikkbransje?

Oppgaven kan peke på hvordan en kan skape bedre rammebetingelser for bransjen og utøverne. Dette mener jeg er viktig for at utøverne som skaper produktene skal kunne ta gode valg og hvordan en kan navigere seg i den jungelen musikkbransjen kan være.

Forvaltningen av rettigheter har i musikkbransjen store økonomiske gevinster ettersom åndsverk har inntjening både mekanisk og live. Det gjør at en kan tenke at en som låtskriver/ tekstforfatter i stor grad har påvirkningsevne over egen inntekt gjennom eierskap i åndsverksrettigheter. Allikevel er en avhengig av strukturer rundt seg og ofte noen som kan sette det kunstneriske virke ut i live. Til syvende og sist er en avhengig av kunnskap både i og om musikkbransjen.

Oppgaven vil avgrenses til å omhandle norsk musikkbransje og norske band og artister. Jeg vil også fokusere på det sjanger-segmentet som omtales som "rytmisk". Dette fordi det er denne delen som i størst grad har gjennomgått denne endringen i teknologi og som har en etablert og kommersiell bransje rundt seg.

Kapittel 2: En musikkbransje i endring

Mytene om musikkbransjen kjenner vi fra 60-tallet. Det handlet om store platekontrakter med plateselskapsmoguler med mye makt og tilgang til både karrieren til låtskriveren og til artisten. Fra 60-tallet og frem til i dag har vi fått bedre og flere måter å kjøpe musikk på og både vinylplaten, kassetten og cd'er ble utviklet som produkter for å kunne lytte til og konsumere musikk. Fra en bransje som baserte seg på radio og live-opptredener gikk en nå over til å kunne kjøpe et fysisk produkt som en kunne ta med seg hjem og spille etter eget ønske.

Dette forandret bransjens evne til å tenke på forbrukeren. En spilte inn flere variasjoner av samme låt for å nå ulike markeder. Tyske låter ble oversatt til norsk, svenske låter fikk engelsk tekst og artisten fungerte mye som en "sanger" ikke en artist. Plateselskapene eide master-tapene (original-opptaket) og selve verket og de kunne forvalte det til det beste for seg. Talentene hadde hverken kunnskap eller påvirkningskraft.

Da rocken kom gikk en mer og mer over til å ha band og enkeltartister som skrev egne låter. De var signert på plateselskap og fikk økonomiske forskudd for å produsere musikken sin. Dette gjorde igjen at plateselskapet eide master-tapen og kunne lansere og bruke den slik de ønsket. Bandet var produktet.

Denne utviklingen fungerte med visse endringer i format, som nevnt over, og endringer i forbruksvaner. Her tenker vi spesielt på de portable suksessene som walk-man og disc-man og på 2000-tallet mp3-spiller.

Mot slutten av 1990-tallet begynte den digitale utviklingen i USA å skyte fart med piratkopiering av cd'er. En fikk digitale løsninger som Napster (1999) der en kunne laste ned låter og hele plateutgivelser. Deretter fulgte mange lignende sider før en så inntoget av piratnettstedet PirateBay. Der ble piratkopieringen satt i system og hele verden fikk tilgang til å laste ned både filmer, musikk og bøker.

Som et resultat av dette stupte platesalget og plateselskapene sluttet nesten å tjene penger på salg av cd'er. Platebransjen forsøkte seg med digitale løsninger som f.eks lovlige digitale platebutikker (iTunes, Amazon, Platekompaniet) og nedlastingskoder sammen med det fysiske produktet. Dette fikk aldri skikkelig fotfeste i Norge, men Skandinavia fant sin egen vei.

Når plateselskapene da ikke lenger tjente penger på de fysiske produktene gikk dette utover inntjeningen til selskapene og kontraktene til artistene. Forskuddene ble mindre, de som arbeidet med plateproduksjonen (produsenter, mikse-teknikere og master-teknikere) begynte å merke at en ikke lenger fikk samme avtaler som tidligere. Populariteten styrte hvor gode kontrakter en fikk.

Flere forsøkte å stoppe denne utviklingen og piratkopieringen og vi så store plateselskaper og band/artister gå til sak mot bl.a PirateBay.

Løsningen på denne utfordringen med inntjening og piratkopiering skulle vise seg å finnes i Skandinavia. I 2006 startet Daniel Ek og Martin Lorentzon Spotify i Sverige og noen år etter kom Norge og Schibsted med sin Wimp i 2010 (Wimp er senere kjøpt opp av bl.a artisten Jay-Z og heter nå Tidal.)

Her var det fysiske produktet helt borte. I stedet for en cd eller en fil på pc'en var nå all musikk flyttet opp i "skyen". Via disse løsningene kunne en strømme låter ved hjelp av internett-tilgang og videre kunne en bruke disse applikasjonene "offline" og ha med musikk på telefonen hvor enn en gikk. Praktikaliteten i dette førte til at de gamle fysiske mp3-spillerne ble utkonkurrert.

Fra en på 70-tallet fikk store forskudd fikk en nå under halvparten som forskudd på salget av produktet. Inntjeningen til artisten stupte derfor også. Flere satt på gamle kontrakter som ikke tok hensyn til streaming og hadde ikke forberedt seg på hvordan dette ville påvirke markedet. En må også spørre seg om en satt på kompetanse til å ta de rette valgene.

Parallelt med dette utviklet innspillingsmulighetene seg og nå kan hvem som helst spille inn låter på rommet hjemme hos foreldrene. En kunne lage en 12-spors plate med et svært lavt budsjett dersom en hadde det rette utstyret tilgjengelig. En kan lansere låter og plater helt selv, digitalt. Igjen ser en at behovet for en mellommann til å gi ut selve utgivelsen ikke er utfordringen og dette har produsentleddet begynt å skjønne. Derfor fokuserer en i dag på det håndverket og kvaliteten på utstyret som finnes i et profesjonelt studio, mer enn den myten som var bygget opp rundt etablerte studioer.

Streamingen har endret kontraktene ved at band og artister nå kan eie sine egne utgivelser og leie de ut til plateselskapene som distribuerer dem for en inntjening av strømmingen, så kalte lisensavtaler.

Plateutgivelsen har også begynt å fungere mer som et promoterings-verktøy for det viktige live-markedet enn en viktig del av lanseringen av en artist/band.

En har derfor utviklet en single og EP-kultur der en fokuserer på flere utgivelser med enten kun en låt eller maks 4-5. Alt dette på få år og som følge av endringer i bruken av og hvordan vi lytter til musikk.

Så fra vinyl-utgivelser til streaming har vi sett at de økonomiske vilkårene har endret seg. Fra store forskudd til nesten ingen forskudd og fra stabil inntjening for plateselskapene til usikre inntekter både for plateselskap og artist.

Kontraktene som brukes er i stor grad basert på den gamle økonomien og gagner i mange tilfeller ikke artisten i det nye markedet. Det plateselskapene tjener penger på i denne hverdagen er katalog, eldre utgivelser som fremdeles blir mye spilt.

Dette har ført til at nye artister i større grad blir selvstendige og kan eller må kontrollere karrieren fra innspilling til utgivelse og fra konsert til turné. Det krever kunnskap.

Denne utviklingen har vi sett skje på kort tid og teknologien går fremdeles raskere enn konsumentene klarer å adaptere seg. Vi ser at Skandinavia ligger foran resten av verden når det kommer til strømme-tjenester og av andre store musikkmarkeder så opererer en fremdeles med fysiske produkter, eksempelvis i Tyskland.

Siden min oppgave dreier seg om den norske musikkbransjen og har et skandinavisk fokus er det viktig å vise til hva strømming av musikk har gjort for arbeidsforhold og arbeidshverdagen til kunstnerne. Da tenker jeg spesielt på de nye spillereglene for makt og de rammebetingelsene som denne nye virkeligheten fører med seg.

Fra å planlegge kampanjer rundt en fysisk produktlansering gikk en nå over til å jobber med kampanjer rundt en digital lansering. Nesten ingen fysiske produkter i butikkene. En må ha en Spotify-konto for å få tilgang til det som blir utgitt og en må ha en internett-tilkobling for

å kunne spille det av. Allikevel vil det fremdeles være artister med en målgruppe som ikke er på Spotify, ennå.

Det disse endringene har ført til i Norge er at en i mye større grad må organisere seg selv. Der plateselskapene eller managementene før satt på mye av kontrollen over karrieren vil en nå se flere og flere artister som bryter ut av vante mønstre og inn i et selskap der de selv har kontroll over strukturen.

Dette fører til at band i større grad enn før vil være en bedrift, et selskap som selger et produkt, enn det har vært tidligere. Noen vil kunne si at det er mini-organisasjoner, men opplever band seg som dette. En har gått fra at andre har gjort jobben til å gjøre jobben selv. Dette krever kunnskap om og interesse for bransjen

Det første spørsmålet en stiller seg er, kan et band være en organisasjon?

Først må en definere hva en organisasjon er for å kunne se på om band og artister kan opptre som organisasjoner. Da må en først se på definisjonen av dette.

En organisasjon er i følge Etzioni (1982) noe som er laget får å nå mål, et system som spiller på det sosiale for å oppnå dette. Sånn sett vil en kunne tenke seg at band og artister med et felles mål kan fungere som en organisasjon.

Ofte er ikke konstruksjonen av band planlagt bevisst. Det er mye mer tilfeldige konstruksjoner. En bygger opp bandet etter instrumentering og kjemi før en ser på et felles mål. Derfor vil tilfeldigheter avgjøre mye og en vil kanskje ha vanskelig med å «sparke» en kamerat som ikke yter.

Band som organisasjon er i stor grad forbundet med bedrifter. Allikevel tenker en ikke på de involverte som ansatte på samme måte.

I ett band er rollemønsteret viktig. Strand (2007) mener at roller ikke er noe som byttes ut sammen med personen, men noe som har en mer fast form i organisasjonen. Allikevel vil personer ha anledning til å forme sine roller. Strand (2007) skriver videre at en kan ha roller som er formelle eller roller som er oppkonstruerte. Rollene kan gi makt eller maktposisjoner og en kan inneha flere roller samtidig.

Christensen m.fl (2009) mener at når det kommer til det instrumentelle ofte har fastsatte mål. De strukturene og normene som ligger til grunn skal sette disse ut i livet. Snakker en om en kulturell kontekst vil disse målene ikke ligge fast, men ha en mer «learning by doing» innfallsvinkel.

Mange vil nok mene at musikkbransjen er knyttet til den kulturelle handlingslogikken. Det er en bransje som i det siste har utviklet nye verdier, normer og identiteter.

Christensen m.fl (2009) mener også at organisasjonskultur er noe som ansatte formes inn i, at det «sitter i veggene».

Jacobsen og Thorsvik lister opp følgende fem punkter på hvordan organisasjonskultur påvirker adferd:

1. *Tilhørighet og fellesskap* – Uten tilhørighet vil en ikke kunne bidra kreativt eller praktisk.
2. *Motivasjon* – Motivasjon er selve nøkkelen til å lykkes i musikkbransjen
3. *Tillit* – Dersom en ikke har tillit til samarbeidspartnerne sine vil en ikke kunne lykkes på samme måte som når en stoler på hverandre.
4. *Samarbeid og koordinering* – Viktig for en hver bedrift.
5. *Styring* - Viktig for å holde rett kurs og nå mål.¹

Alle disse påvirker som en kan se over bandet som organisasjon.

Det er her jeg opplever at band og artister skiller seg fra organisasjonsteorien. En vil ikke få form som en institusjonell organisasjon fordi formen på bandet vil ha dynamikken til en familie. Der er menneskene viktigere enn målet.

Allikevel vil kanskje musikkbransjen ha institusjonelle trekk.

Skal vi se på det skillet som skjer mellom institusjon og organisasjon vises det til:

*”Den amerikanske organisasjonsforskeren Philip Selznick trekker opp et klassisk skille mellom institusjon – det uformelle, som gradvis vokser fram, og kan forstås ut fra en organiske metafor – og organisasjon – de formelle normene, knyttet til det instrumentelle, ”verktøylignende” og ”mekaniske”.*²

¹ Jacobsen, D.I og Thorsvik, J (2013) s127-128

² Christensen, T, Læg Reid, P, Rosness, P, G, Røvik, K, A (2009) s52

Mange vil nok mene at musikkbransjen har institusjonelle trekk. Det er normer og verdier som gradvis vokser frem og som overlever teknologi og markedsendring.

Skal vi se på Jacobsen og Thorsviks perspektiv på organisasjonskultur og atferd kan vi si at alle peker på normer og kultur er basen i en organisasjons kultur. Spesielt for musikkbransjen er kanskje at motivasjon, tillit og gruppeidentitet er viktig for å fremstå som en helhet og et felles kunstnerisk prosjekt. Det vil styrke anerkjennelse og i min mening sørge for en maktposisjon.

For å oppsummere mener jeg at band kan ha form som organisasjoner i økonomisk betydning som et AS eller et DA, men strukturelt vil det være vanskelig å karakterisere de som en organisasjon fordi de i stor grad oppfører seg som en familie og i relasjon til hverandre. De setter i større grad mennesker og trivsel foran mål og er ikke like robuste og endringsdyktige som det vi i dagligtale vil omtale som en organisasjon. Det utvikles organisasjonslike kulturer både på bandnivå og bransjenivå. Disse kan oppfattes som familiære og bransjen kan ha institusjonelle trekk.

For å kunne forstå endringene i musikkbransjen mener jeg at en derfor må fokusere på rammene disse familie-liknende strukturene utøverne opererer innenfor.

Kapittel 3: Metode

Kapittel 3 vil omhandle hvorfor jeg valgte den metoden jeg har gjort og jeg vil drøfte metodevalget for å belyse problemstillingen.

Jeg vil ta for meg valget av kvalitativ metode, metoden for innsamling av data, den praktiske gjennomføringen og til slutt en refleksjonsdel som omhandler oppgavens troverdighet og etikk. Jeg vil også avslutte med hvordan det har vært å forske i egen bransje.

Grunnen til at jeg valgte kvalitativ metode er fordi jeg mener dette er den beste måten å få informasjon direkte fra aktørene som virker i musikkbransjen. Det er også mulighet for å stille oppfølgingsspørsmål og å prate om temaer som kan være sensitive. Dette mener jeg en får bedre muligheter for å få svar på ved å skape tillit.

Hovedmålet var å kunne gå i dybden på problemstillingen jeg har valgt, men også at jeg kan få et mer nyansert bilde enn jeg ville fått ved å bruke spørreundersøkelse.

Oppgaven min omhandler hvordan utøverne i den norske musikkbransjen forholder seg til rammebetingelser og hvordan en i dag kan gå frem for å forbedre disse. Det har derfor vært viktig å kunne fokusere på aktører som er spesielt utvalgte fremfor en mer generell spørreundersøkelse.

Intervjuene / innsamling av data startet i februar 2016 og jeg undersøkte kandidatene og deres karrierer før jeg tok kontakt. Samtykket ble innhentet muntlig (på opptaket) og de fikk se intervjuguiden på forhånd. Informantene ble informert om at de kunne trekke sitt samtykke når som helst i prosessen.

Intervjuene ble gjennomført ved hjelp av en semi-strukturert tilnærming hvor jeg bruker spørsmålene som er satt opp til å belyse temaer som er interessante for problemstillingen. Gjennom intervjuet fulgte jeg intervjuguiden som var satt sammen av åpne spørsmål hvor jeg kun korrigerte dersom informanten misforstod spørsmålet. Jeg ba også om tilleggsinformasjon dersom jeg følte det var behov for dette. Det ble gjort opptak av intervjuene som jeg i etterkant av hvert intervju transkriberte. Disse ble sendt til de informantene som ønsket å lese gjennom sine svar i etterkant. Ingen foretok endringer.

Fordelen ved å benytte lydopptak var at en fikk dokumentert nøyaktig hva som ble sagt og en fikk med seg både toneleie og f.eks grad av ironi. Dette ville vært vanskelig å tolke fra notater i ettertid.

De første intervjuene ble gjort etter at jeg hadde kommet i gang med teori-innsamlingen og etter første veiledning. Mellom februar 2016 og april 2016 intervjuet jeg informantene enten i deres eget hjem eller på kontorer tilknyttet virksomheten deres. Ett intervju ble foretatt på Skype.

Intervjuene varte i utgangspunktet i 30 min, men noen brukte lengre tid og noen noe kortere. Dette tror jeg varierte etter hvor forberedt de stilte til intervjuene.

Jeg har gjennom intervjuene fått innsyn i noen av informantenes platekontrakter.

For å kunne skape et representativt bilde av utøverne i musikkbransjen var det viktig å velge personer med noen lunde ulik bakgrunn, men som ut fra hvor deres karriere står er relevante for innsamlingen av data. De seks informantene som ble intervjuet ble valgt ut for å skape et noenlunde likt felt. Jeg valgte å intervju 2 personer som er i i ferd med å slå gjennom, 2 som er noe ferskere i musikkbransjen, men som har vært på minst en utenlandsturné og til slutt 2 som har over 6 års fartstid i musikkbransjen på høyt nasjonalt og internasjonalt nivå. Dette fordi jeg ønsket å kunne måle om det var en forskjell på stadiet i karrieren og hvor mye erfaringen en har kunnet skaffe seg. Alle kandidatene jeg i utgangspunktet ønsket å intervju sa ja. Dette var viktig for at oppgaven skulle få riktig form og at bildet av bransjen og utøvernes opplevelser ble riktig dokumentert.

Den kvalitative forskningen setter troverdighet som et av de overordnede begrepene. Forutsetningen en har for å kunne oppnå dette er å samle inn gyldige, pålitelige data.

En må være sikker på at forskningen har betydning og er relevant, ved at en ser kritisk på sine egne roller, metoder, ideer og tolkning. En må heller ikke la seg påvirke av egne fordommer eller forutinntatthet. Spesielt når den bransjen som undersøkes er en menneskebransje. Dette var viktig for meg å reflektere over både før og etter hvert intervju.

Det var viktig for meg å velge å gjøre intervjuene ansikt til ansikt. Dette fordi mine informanter skulle fortelle om private ting og gi meg opplysninger som en ikke ville gitt til hvem som helst. Det var derfor viktig å kunne skape tillit mellom intervjuobjektet og meg selv. Det var også enklere for dem å stille spørsmål og de var tryggere på å nevne navn og firmaer. Disse er selvsagt anonymisert i oppgaven min. Jeg har vært bevisst på at ingen skal få fremstille enkeltpersoner negativt i oppgaven selv om det i intervjuer kan ha kommet frem slike antakelser.

En av styrkene ved å velge kvalitativ metode er at det ikke er mange begrensninger når det kommer til svarene til informantene. Informantene vil enklere kunne gi sine perspektiver og meninger, men den røde tråden vil alltid være intervjuguiden. Derfor mister en ikke strukturen på intervjuene og unngår avsporinger.

En intervjuer mennesker om det som kan være sensitive temaer, spesielt når det kommer til makt og forhold innad i band. Derfor var det viktig å observere både kroppsspråk og stemningsleie. For å unngå at egne holdninger kommer til uttrykk må en som la vær å vektlegge ord og uttrykk eller legge stemmen i et visst toneleie. Det kan føre til at åpne spørsmål kan bli ledende.

Det var også derfor det var viktig å møte informantene på deres «hjemmebane» for å gi de fordelene av å kjenne seg trygge.

Tolkningen av data er gjort enklere ved at en har gjort opptak av intervjuene som er gjort. Det er ikke mulig å tolke tone- eller stemningsleie på samme måte som en kanskje kan om en noterer svar. Ulempen kan være at en ikke fokuserer på å tolke kroppsspråk, men jeg fant det ikke nødvendig å gjøre videointervjuer til denne oppgaven. Dette fordi en ikke har behov for å gjengi dette i oppgaven.

For å kunne skape en viss distanse til informasjonen informantene gir har det vært viktig å ha teorien i kapittel 4 i tankene. Å tenke over forskningsspørsmålet og å kunne kategorisere svar og informasjon.

Til slutt vil jeg si at det å forske i egen bransje har vært en balansegang. Det å ha kjennskap til bransjen og aktørene som blir omtalt av informantene gjør det enda viktigere å opptre nøytral. Ikke være ledende i kommunikasjonen eller utelate ting som i utgangspunktet kan være kritisk eller negativt ladet overfor større aktører.

Det at jeg hadde kjennskap til mine informanter og deres karrierer gjorde det enklere å få informasjon som andre ikke ville kunnet oppnå. Jeg opplevde også at mange så svært positivt på at det ble forsket på nettopp deres bransje og at en derfor ønsket å gi detaljert informasjon.

Kapittel 4: Teoretiske perspektiver på musikkbransjen

For å kunne forstå og tolke den norske musikkbransjen har jeg valgt å trekke veksler på ulike teorier som Strand (2007) og Etzioni (1982, gjengitt i Jacobsen og Thorsvik 2013) i kapittel to og Bolman og Deal (2013)

Bolman & Deal teori ser organisasjoner gjennom fire ulike fortolkningsrammer. De er følgende:

1. Den strukturelle rammen
2. «Human resource» rammen
3. Den Politiske rammen
4. Den Symbolsk / kulturelle rammen

Den strukturelle rammen

Bolman og Deal (2013) mener at den strukturelle fortolkningsrammen kan ses på mer som en fabrikk. Den har en samlebandsfunksjon som produserer produkter eller hyllevarer.

Det som ligger til grunn her er å følge de reglene og rollene som er lagt. Det handler mye om politikk eller policy på engelsk og en har ett sterkt fokus på teknologi og omgivelsene.

Ser vi på lederene i denne fortolkningsrammen ønsker de å kontrollere sine ansatte og forme bedriften etter de oppgaver, den teknologien eller de omgivelsene som ligger til grunn.

Så hvordan skal vi overføre dette til musikkbransjen?

Jo, den strukturelle rammen vil i hovedsak kunne knyttes opp til den gamle forståelsen av musikkbransjen. Der handlet det om såkalte «gatekeepers» som i sine egne organisasjoner og musikkbransjen forøvrig var egenrådige. Deres ord gjaldt og en kunne i stor grad påvirke de strukturene en hadde behov for for å kunne nå sine mål. Det være seg publisering eller plattform.

I denne fortolkningsrammen vil alltid næring og profitt kommer før kunsten. Det handler om å nå målsettinger, om å kunne oppnå mer makt og å kunne regulere bransjen på sine premisser.

Dette var nok tilfelle for de største plateselskapene før teknologien tok en ny vending og vi gikk fra å selge fysiske produkter til den digitale.

Skal vi trekke paralleller til en bransje der denne fortolkningsrammen fremdeles står sterkt kan vi bare kikke på en annen del av kulturbransjen, litteraturen.

Her kontrollerer de større forlagene hver sin bokhandler-kjede og vil kunne fremme «sine» bøker fremfor andres. Det vil jo også i stor grad påvirke utvalget en møter.

Her har aldri musikkbransjen vært, men den stod nok på trappene til å lære noe av litteraturbransjen før teknologien og piratvirksomheten tok over for fullt. Her kommer det gode verktøy som forbrukeren fikk bruke og som verdensledende selskaper støttet opp om og da spesielt Apple.

Så hvordan navigerer musikere i denne strukturelle rammen?

Det handler nok mye om å komme i kontakt med gatekeeperne som dikterer vilkårene. De må kunne selge de produktene som markedet eller de med makt ønsker.

Det som i stor grad kanskje oppfyller disse kravene er låtskriver-bransjen. De som skriver låter for andre artister. Her handler det i stor grad om å kunne skrive de låtene som et plateselskap eller en artist ønsker. En skriver med den type tekst, den rytmen, det temaet, den sjangeren som bestilleren har kommet med. Her er det ikke snakk om å kunne skape kunst for kunstens skyld, men å kunne følge en pitch.

Utfordringene med denne delen av bransjen vil være at en i liten grad (som vi har sett med musikkbransjen på tidlig 2000-tall) er rustet for omstrukturering og endring i premissene. Det vil ta tid å kunne endre «fabrikken» og gå over til den nye måten å produsere på.

En annen utfordring vil kunne være at støtteordningene som musikkbransjen i stor grad lener seg på også er sett som en hylleware. De er ikke regulerte og tilpasningsdyktige for små (viktige) endringer eller store teknologiske nyvinninger. Dette gjør at en i musikkbransjen da vil få støtteordninger som ikke er tilpasset den virkeligheten en lever i.

Det kan være at disse ordningene ikke er økonomisk tilpasset (at den summen en får er for lav eller for høy), det kan være at det ikke er tilpasset den virkeligheten musikerne lever i (lite fleksibilitet i bruken av stipendet) eller det kan være at ordningen rett og slett er utdatert (en ordning som fokuserer på deler av kunstnerskapet som ikke lenger vil være aktuelt).

Denne fortolkningsrammen vil også være gjenstand for spørsmål om en klarer å regulere bransjen på riktig måte. Det vil være en bransje i konstant omstilling og det vil være vanskelig å være «på pulsen» når det kommer til å regulere kontrakter og skape støtteordninger som er i takt med bransjen.

Dette gjør at en i liten grad vil kunne skaffe insentiver på tidlige tidspunkter slik at bransjen vil være klar til å implementere de nye rammene, lovene eller den teknologiske utviklingen.

Her er det politiske insentiver som innovasjon Norge og de lokale, regionale og nasjonale næringsavdelingene som har et ansvar for å «følge med i timen».

For å kunne være en som kan påvirke det politiske eller det byråkratiske miljøet kreves det kunnskap. Derfor er det viktig at dette også er godt implementert nedover i bransjen. Her vil det i denne fortolkningsrammen være vanskelig å se for seg da det her er noen få på toppen som dikterer og styrer bransjen. Da betyr det lite at de som er «på gulvet» ser endring og ønsker å implementere den. En er også avhengig av at de som er på toppen deler av sin kunnskap om bransjen slik at de som er nedover i rekkene kan ta del i denne.

Den siste utfordringene jeg kan se med innen for denne fortolkningsrammen er at kontraktene og rutinene som er implementert ikke er godt nok regulerte og tydelige nok for den «svake part», utøveren. Dette er i hovedsak kontrakter som inngås mellom to bedrifter, enten utøveren er et AS eller et enkeltpersonsforetak.

Dette gjør at det er vanskelig å regulere uten å gjøre inngrep i bransjen eller å endre lovgivningen for å beskytte partene.

Her kommer også utfordringen med kunnskap inn. En vil ikke kunne orientere seg om de kontraktene en signerer på dersom en ikke har kunnskap om den bransjen en virker i.

Skal vi utlede en hypotese for norsk musikkbransje når det kommer til den strukturelle fortolkningsrammen så vil jeg si at dette vil være knyttet til regulering og fleksibilitet. Både av støtteordninger og kontrakter.

Human Resource rammen

Innenfor den fortolkningsrammen som Bolman og Deal kaller «Human Resource» ses organisasjoner som familier. Det handler om å fylle behov, utnytte de ferdighetene enkeltpersonen har og å fokusere på relasjoner.

Utfordringene denne fortolkningsrammen står overfor når det kommer til ledelse er å tilpasse de behovene organisasjonen har til de behovene medlemmene har og vica versa.

Skal du kunne forstå musikkbransjen gjennom denne fortolkningsrammen må du se musikkbransjen som familiære strukturer. Dette var jeg inne på i kapittel 2.

Det vi kan sammenligne med er en oligarkisk kultur som ikke bare vil gjøre seg gjeldende i bransjen, men også innad i band eller kunstneriske prosjekter.

På et makronivå vil dette kunne skape familiære overhoder eller i bransjeterminologi, kulturimpressarioer. De vil kontrollere nedover i organisasjonen og i stor grad handle til det beste for «familien». Det vil kunne etablere seg sannheter som kanskje ikke eksisterer utenfor organisasjonen og det vil kunne skape «fiender» som utfordrer det dette overhodet står for.

På et mikronivå er det de samme strukturene som fungerer, men bare innad i et band. Det finnes overhoder med mer makt som påvirker og styrer de andre i bandet. Det kan være de som sitter på de opphavsrettslige rettighetene i bandet.

For å kunne trekke paralleller til musikkbransjen vil vi kunne si at denne familiestrukturen både kan ses på som hele musikkbransjen der det sitter noen utvalgte på toppen av Kulturrådet, de store plateselskapene og i radio/TV.

Det å være musikk sjef i P1 eller P3 vil kunne skape små familier med i de redaksjonen. Her vil det være de i musikkbransjen med nettverk og relasjon til de som bestemmer disse spillelistene som kommer best ut av det. Det samme vil kunne gjelde i plateselskapene. Det er de som utvikler talenter som har god relasjon til de som er «A&R» (artist & repertoar) som klarer å signere band og artister på de beste kontraktene.

Dette er nok også hovedgrunnen til at konkurranser som Idol, X-factor og The Voice ikke fungerer like godt. Her er det ikke relasjoner og familien som tar avgjørelsen om hvem som er bra. Det er folk uten den samme kunnskapen og ferdighetene som de «på innsiden».

Derfor vil ikke familien i like stor grad støtte opp om disse artistene, men dersom de finner noen som de kan inkludere i familien vil en kunne ha større sjanser for å kunne overleve.

En får da mange artister som opererer på siden av bransjen og ikke i bransjen.

Det er også dette som er noe av utfordringen i starten av en karriere. En opererer uavhengig av den etablerte bransjen og skaper sitt eget uttrykk. Så for å kunne få innpass i den etablerte delen vil en kanskje måtte endre eller tilpasse seg til de stores vilkår. Da vil en kunne miste både egenart og innflytelse siden alle avgjørelser tas til det beste for familien.

Dette setter et stort krav til relasjoner og ferdigheter hos den enkelte. Ikke bare ferdigheter når det kommer til det musikalske, men også ferdigheter innenfor det sosiale og «spillet» forøvrig.

Det kan være utfordrende for en ny og uerfaren musiker, men også for etablerte som har stått utenfor «familien». For å kunne komme innenfor da må en mest sannsynlig overprestere.

Så hva er utfordringene med denne fortolkningsrammen?

Jo, en vil ikke kunne få mer innflytelse enn det du gis. De som fungerer som impresarioer vil kunne gi innflytelsen til deg, men du vil aldri kunne påvirke prosesser mer enn de tillater.

Eksempelvis vil en ikke kunne skaffe seg den informasjonen eller nøklene en trenger for å kunne gjøre dette på egenhånd. Det er derfor mange artister synes det er utfordrende å stå utenfor et apparat. En trenger dette apparatet for å kunne fungere i relasjon til den etablerte familien. Det er disse nøkkelpersonene som vil kunne skaffe seg det nettverket de trenger og kan få innpass i familiestrukturen. Dette fordi de har kunnskap om feltet.

En annen utfordring er at en må kunne fortjene den posisjonen en har. En må ha noe å vise til, en CV eller noen prosjekter som gir den innflytelsen. Den kommer ikke av seg selv og den kan også bli tatt fra en om en ikke opererer slik kulturimpresarioen ønsker.

Da kan en bli fra tatt sitt nettverk og sin relasjon til de sentrale menneskene i organisasjonen og starte med blanke ark igjen. Dette gjør det utfordrende for musikere som ønsker å påvirke, men også for musikere som ønsker at det kunstneriske skal stå i fokus. Dette vil være umulig når familieoverhodet har andre planer eller visjoner.

Det vil også være en utfordring å få behovene til å smelte sammen. En kan ikke tro at en sterk familiestruktur vil gi fra seg makt for å kunne tilpasse seg artistene. En kan heller ikke tro at alle artister vil tilpasse seg for å møte de kriteriene som kulturimpresarioene har laget.

Det vil sørge for at en i stor grad vil finne de samme musikalske uttrykkene.

Til sist kommer punktet om å myndiggjøre musikerne. En må sørge for at musikerne klarer å definere de utfordringene en har. Dette kan være vanskelig i seg selv. Det er også viktig at en klarer å finne løsninger i samarbeid med de som har denne makten. Det er viktig å arbeide for å at en innser at må ta kontroll over sin egen karriere.

Da må utøverne i større grad få makt eller autoritet til å fatte beslutninger, en må være kapabel til å gjøre disse beslutningene og en må få en form for tillatelse til å kunne gjøre beslutninger.

Skal vi utlede en hypotese innen for human resource-rammen vil jeg si at det handler om hvordan man i musikkbransjen skal klare å gi utøverne kunnskap, nettverk og sørge for åpenhet.

En må sikre kunnskap og nettverk for utøverne slik at en klarer å myndiggjøre disse.

Den politiske rammen

Den tredje fortolkningsrammen Bolman og Deal (2013) kom frem til var den politiske.

Denne fortolkningsrammen blir karakterisert som en jungel.

Her råder konflikt, konkurranse, politikk og makt. For lederne innen denne rammen er det viktig å være en frontfigur og ha fingeren på den politiske pulsen.

I denne jungelen vil det være viktig å ha en stammeleder som håndterer makt og konflikt. Som regulerer og ønsker å skape ro og orden.

Det vil være sterkt fokus på konkurranser og å kunne skape produktene og det kan karakteriseres litt som «survival of the fittest».

For dette vil det være markedskreftene i musikkbransjen som styrer. Det vil være de som kan styre hvem som skal være øverst på topp 20 listen eller som skal være den som er populær i ulike målgrupper.

Denne konkurransen prøver vi i dag å regulere med Kulturrådet som skal sørge for å være markedskompenserende. Den skal sørge for at vi blir eksponert for ulike sjangre og at vi i hele landet skal oppleve musikk. Det gjør at det også skapes en konkurranse rundt disse midlene og en konkurrerer selv der en skal regulere den markedsstyrte konkurransen.

I den politiske fortolkningsrammen vil det også være viktig å skjønne bransjepolitikken. Det vil være viktig å forstå hvordan dette påvirker bransjen og på hvilken måte en kan påvirke eller gå foran for å lede dem i riktig retning. Nettopp dette kan være utfordrende for de som ikke opererer på den politiske arenaen. Det vil ikke være like enkelt for et band som ønsker et øvingslokale å forstå at kommunen og politikerne faktisk må bevilge penger til dette og ha en plan for hvordan musikk skal reguleres og støttes i deres kommune. Er det viktigere med sykehjem vil øvingslokalene kanskje ryke?

Ser vi bransjepolitikk fra et bransjeståsted vil det være de som fungerer i denne konteksten som har mulighet til å påvirke. Det vil kanskje være å lage en politisk utredning som den vi så i 2015 om kunstnerøkonomien. Det kan være at en ønsker å legge moms på kultur for å styrke muligheten til å investere mer penger, det kan være at en vil endre hvordan Kulturrådet gjør tildelinger eller som debatten går på nå, desentralisere Kulturrådet.

For å kunne gjøre alt dette må en ha en politisk teft, tørre å gå foran og å ta debattene og styre byråkratiet og politikerne der en ønsker. Det å ha en forståelse for det politiske systemet, skjønne hva de politiske partiene som styrer ønsker å oppnå og hvordan de vinkler sine saker er viktig. Gjør en dette vil en kunne adaptere de styrende politikernes meninger slik at det tilpasses sin sak.

De siste 10 årene har en sett en stor utvikling i måten vi diskuterer kulturpolitikk. Det har gått fra å nesten ikke ha noen arenaer til å gjøre dette på til at det finnes nasjonale konferanser for hvert enkelt kulturfelt som tar dette for seg. Det har også ført til at flere og flere har fått innblikk i politikken og det politiske spillet.

Det bringer oss til det siste punktet, nemlig å skjønne det politiske spillet. Det å være i stand til å forstå hvordan man påvirker og hva som er både brikkene og brettet en spiller med.

Dette er svært avgjørende for selv på lokalt nivå å kunne påvirke til det beste for både utøvere og bransjen forøvrig.

En må sikre en maktfordeling der det egentlig er monopol. Det at Kulturrådet opprettet egne underutvalg for hver ordning gjør at en ønsker å spre makten som rådet har på flere hender og å inkludere utøvere og bransjen forøvrig i de valgene som blir gjort.

I den politiske fortolkningsrammen mener jeg at hypotesen handler om maktfordeling. Hvordan skal vi klare å spre makten på flere hender og hvordan kan en sikre at utøverne er med å påvirke hvem som skal sitte med makt?

Den symbolske rammen

Den siste fortolkningsrammen er den symbolske. Denne rammen er karakterisert som et karneval, tempel eller teater. Det handler om historiefortelling og en legger sterk vekt på kultur, ritualer, seremonier og helter.

For lede i denne rammen er det viktig å være en inspirerende og å lede gjennom å skape tro og mening.

Innen denne rammen handler det om at de viktige skal få vise seg frem og vise hva de kan. Dette kan dyrkes gjennom ritualer og sermonier. I musikkbransjen i Norge vil nok den største arenaen for dette være Spellemannprisen. Der kan de beste i hver sjanger få vist seg frem og bransjen kan feire seg selv og sin egen fortreffelighet. Det er viktig for de som er «de store» å sørge for at alle vet at en har vært involvert og er involvert og at en klarer å sette seg selv i konteksten som en ønsker å være i. Det være seg enten som «stjerneprodusent», en plateselskapsjef med mange vinnere eller å være den som har skrevet årets låt.

Disse ritualene og sermoniene vil kunne skape helter og skurker. Det skapes et bilde av at de som er de sterke og suksessfulle har meningene og mulighetene til å gjøre ting på sin måte. De blir forgudet. De som går mot strømmen og arbeider for en bedre fordeling eller har andre meninger blir sett på som skurker.

For å kunne opprettholde denne suksessen er det viktig å fremstå som en inspirerende og visjonær leder. Det å kunne lede gjennom inspirasjon krever at en klarer å finne nye måter å arbeide på og å lede på. En må kunne være den som er klarer å forandre seg og å tenke nytt.

Dette krever at en hele tiden holder seg oppdatert og klarer å se de nye trendene. Det er derfor en kanskje opplever at mennesker i andre bransjer blir kalt trend-guruer. Dette har vi i liten grad i musikkbransjen, men det vi har er guruer som sitter sentralt i maktposisjoner og er avhengig av å klare å være inspirerende.

Innen for den symbolske fortolkningsrammen snakker en også mye om ritualer og at en ikke skal bryte disse. Ritualene er viktige for at bransjen skal kunne opprettholde de spillereglene en ønsker. I musikkbransjen kan det være å ikke konkurrere aktivt, ikke stjele artister fra hverandre og å sørge for at en går inn og tar fra andres marked. Dette vil igjen være med å skape helter, de som klarer å holde stien ren og skurker i det som bruker de kjente ritualene og ikke følger spillereglene.

Utfordringen med disse ritualene er at en må ha en egen kultur som etableres allerede fra en starter i bransjen. Denne kulturen vil da være så viktig å følge at dersom en ikke gjør det vil en havne utenfor. Det er viktig å være en del av historiene som blir fortalt for å kunne sikre seg makt og innflytelse. En bruker også gjerne et eget språk for å kunne ekskludere utenforstående. Det er viktig at dette gir mening for de som er på innsiden.

Da vil det være vanskelig å kunne fornye seg. Det å skape nytt språk, nye ritualer eller ny kultur som er tilpasset de visjonene eller den utviklingen som bransjen er inne i.

Det handler ikke om at en ikke klarer å ta elementer å fornye disse innenfor de gitte ritualene, men at en kanskje har utfordringer med å kunne endre ritualene i seg selv.

Det å gi fra seg makt eller innflytelse til mennesker som ikke er en del av de samme rammene som en er selv.

Hypotesen i den symbolske fortolkningsrammen mener jeg vil være at bransjen må gjøre grep når det kommer til inkludering. Denne inkluderingen vil kanskje kunne sørge for større åpenhet og en avmystifisering av kulturen som ligger til grunn.

Fortolkningsrammer				
	Strukturell	Human Resource	Politisk	Symbolsk
Metafor for organisasjonen	Fabrikk eller maskin	Familie	Jungel	Karneval, tempel, teater
Sentrale begreper	Regler, roller, mål politikk, teknologi, omgivelser	Behov, ferdigheter, relasjoner	Makt, konflikt, konkurranse, politikk	Kultur, mening, metaforer, ritual, seremoni, historier, helter
Bilde av ledelse	Sosial arkitektur	Myndiggjøring	Å være frontfigur og ha politisk teft	Inspirasjon
Grunnleggende lederegenskaper	Å forme strukturen etter oppgaver, teknologi og omgivelser	Å tilpasse organisasjonens og medlemmenes behov til hverandre	Å utvikle maktgrunnlag og bestemme hva som må gjøres	Å skape tro, skjønnhet og mening
Utfordring	Fleksibilitet	Kunnskap	Maktfordeling	Inkludering
Hypotese	Støtteordninger og kontrakter kan være for lite fleksible.	Bransjen og utøverne besitter kanskje ikke den kunnskapen eller det nettverket de trenger for å kunne navigere i bransjen.	Maktfordelingen i bransjen kan virke skjev og maktarenaene kan være lukket.	Bransjen kan oppfattes som mytisk og trenger å åpne opp for å klare å utvikle seg videre.

Hentet fra Bolman, L, Deal, (2014) s 43

Gjennom dette kapitlet har jeg brukt Bolman og Deals perspektiver for å kunne belyse de utfordringene musikkbransjen i Norge kan ha. Dette fordi jeg mener disse fortolkningsrammene passer godt inn når en skal se på hovedutfordringer og muligheten for å endre disse. Derfor vil jeg bruke følgende hypoteser videre i kapittel 5 og 6:

- Støtteordninger og kontrakter kan være lite fleksible.
- Bransjen og utøverne besitter kanskje ikke den kunnskapen de trenger for å kunne navigere i bransjen. En må arbeide for maktfordeling og sikre at utøverne får en innflytelse over hvem som skal sitte med makt.
- Maktfordelingen i bransjen kan virke skjev og maktarenaene kan være lukket
- Bransjen kan oppfattes som mytisk og trenger kanskje å åpne opp for å klare å utvikle seg.

Jeg mener vi da ved hjelp av teori kan undersøke om disse har validitet når det møter svarene til informantene. Dette fordi jeg mener utfordringene og løsningene er knyttet opp til disse fire hypotesene. De vil være til hjelp for å kunne påpeke utfordringer med rammebetingelser, men også for å kunne finne løsninger.

Kapittel 5: Hva er hovedutfordringene med rammebetingelser i den norske musikkbransjen?

I dette kapittelet vil jeg bruke de hypotesene jeg utredet i kapittel 4 slik at en sammen med den informasjonen intervjuobjektene har vil kunne peke på utfordringer i den norske musikkbransjen.

Dette fordi jeg mener at Bolman og Deals perspektiver vil kunne belyse bransjen og utøvernes situasjon og de utfordringene en har når det settes i sammenheng med informantenes svar.

For å beskrive disse hovedutfordringene mener jeg også at en må ha et lite historisk blikk og jeg vil derfor minne om den digitale utviklingen bransjen har vært gjennom og som jeg belyste i kapittel 2.

For å vise til hva informantene sier når jeg spør om hva som er utfordringene i dagens musikkbransje er svarer de følgende:

«Jeg tror billig juridisk hjelp for folk som driver med kunstnerisk virksomhet fordi det er så stort kræsje mellom det man ønsker å gjøre som kunstner og det et stort selskap, uansett hvilken makthaver det er, har mer makt enn deg som artist»³

«Det som kunne vært bedre var jo om ting ikke var så firkanta. Mange steder er det vanskelig å søke på ting for du må skrive litt intrikate søknader for å bli vurdert. De kunne gjort søkerprosessen lettere»⁴

«Og så er det jo P3. De har jo mye makt. De sitter jo der å bestemmer hvilken musikk som skal bli listet og sånn. Det blir kanskje feil å si hele NRK, men for vår del er det jo P3 som har mye å si. Så det er jo litt sånn politikk ute å går. Så viss du blir uvenn med noen som jobber der av en eller annen grunn så er det nok mindre sjanser for å bli listet»⁵

«Fordi at en i Norge rundt en artist som lykkes så er det kanskje 3-4 personer, en i plateselskap, litt i et management osv. som tjener penger på en artist som klarer seg greit. Utfordringen i Norge er at når det går greit nok, når folk tjener nok til en ok årslønn så har man ikke vekstambisjoner. Vi er ikke skalerbare i Norge. Og så har du ufattelig mange som ikke er profesjonelle for fem flate øre

³ Musiker 5

⁴ Musiker 6

⁵ Musiker 6

fordi de vet ikke hva de skal ut i, vi har ikke hatt noen kulturer for å ta dette på alvor heller. Det har ikke vært kult»⁶

Ser en på hypotesene fra kapittel 4 var de følgende:

- Støtteordninger og kontrakter kan være lite fleksible.
- Bransjen og utøverne besitter kanskje ikke den kunnskapen de trenger for å kunne navigere i bransjen. En må arbeide for maktfordeling og sikre at utøverne får en innflytelse over hvem som skal sitte med makt.
- Maktfordelingen i bransjen kan virke skjev og maktarenaene kan være lukket
- Bransjen kan oppfattes som mytisk og trenger kanskje å åpne opp for å klare å utvikle seg.

Disse hypotesene har jeg lagt til grunn og satt i sammenheng med informantenes svar over. Derfor mener jeg at en i dette kapittelet kan bruke følgende hypoteser for å belyse utfordringene en kan ha i norsk musikkbransje:

1. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med å lage fleksible støtteordninger og sørge for at kontrakter er tilpasset virkeligheten i dagens musikkbransje.
2. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med myndiggjøre og sikre musikerne kunnskapen og kontrollen til å ta egne og godt informerte valg
3. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med å påvise de virkelige makthaverne og regulere deres makt.
4. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer når det kommer til mytene og historiene i musikkbransjen og kan i liten grad være opptatt av den jobben som må gjøres og å profesjonalisere feltet.

1.

Skal vi se på hvordan vi ser på rammebetingelser innenfor kontrakter må vi først se på hvordan disse kontraktene er bygget opp og hvordan de fungerer.

Boon m.fl (1996) viser til de kontraktene som brukes mest i musikkbransjen når det kommer til utnyttelse av verk. Den ene er publishing-kontrakt som tar for seg forvaltningen og utnyttelse av

⁶ Musiker 2

kataloger med åndsverk og så har vi platekontrakten som er til for å kunne markedsføre og publisere verk.

Disse kontraktene har musikkbransjen lent seg på i en årrekke og de har endret seg med den teknologiske utviklingen.

Videre viser Boon m.fl (1996) til at kontraktene som brukes i musikkbransjen i dag i hovedsak er utviklet i tre områder nemlig England, California og New York. Dette regnes også som de tre viktigste stedene for musikkbransjen.

Dette fører jo også til at en ikke alltid klarer å tilpasse kontraktene til det landet en virker i.

Så platekontrakter i Norge har ofte gått fra et stort plateselskap i USA via et major-label i Norge og ned til de uavhengige plateselskapene. De samme premissene reguleres selv om det kanskje ikke er behov for dette.

En kontrakt er bygget opp av følgende deler som Boon m. fl (1996) viser til

1. Vilkårene
2. Territoriet
3. Nivået på forskudd
4. Royalties (utbetalinger)
5. Innspillingskostnader
6. Provisjon på utnyttelse av merkevare

Dette skal sørge for at en skal kunne utnytte verkene på en best mulig måte for begge parter.

Allikevel får ikke nyetablerte artister kontrakter som er satt opp på ny etter deres behov, de blir ofte tilbudt kontrakter som andre har takket ja eller nei til ved tidligere forhandlinger. Dette fører til at dersom en ikke sitter på kunnskap om disse kontraktene og vet hva de ulike elementene betyr vil ha vanskeligheter med å kunne forstå dette ordentlig.

For å kunne møte de teknologiske endringene som har kommet de siste 10 årene har musikkbransjen også endret kontraktene betydelig. De har bl.a utviklet 360-avtalen som skal være en avtale som skal se hele karrieren til artisten. Den implementerer både den tradisjonelle platekontrakten, booking-avtalen, promo-avtalen og noen ganger publishing også.

Dette vil si at et selskap skal kunne kontrollere all inntektsstrømmene for artisten.

Selv om disse kontraktene aldri helt fikk fotfeste i Norge ser vi at det finnes elementer av dette i dagnes platekontrakter.

De kontraktene jeg har fått innblikk i gjennom denne oppgaven har alle vært satt opp slik at plateselskapet skal ha en andel av live-inntektene. Noe som indikerer at de innser at det er penger å tjene der.

Så kan en jo spørre seg, hva kommer først. Bygger en seg opp en sterk live-fanskare først eller hører mennesker låtene dine på radioen og blir fans på den måten. Platebransjen mener det siste.

Utfordringen er bare at en ikke vet når en signerer kontrakter hvordan karrieren til en artist vil gå. Det vet ikke plateselskapet og det vet ikke artisten. Så man signerer ofte på en kontrakt som vil gi avkastning dersom det går veldig bra. Ingen av kontraktene jeg har sett har hatt noen som helst punkter som gjelder reforhandling. Derfor må artisten selv komme seg til det nivået der dette er mulig. Noe som i seg selv kan være utfordrende.

Så hvordan skal en da som artist kunne navigere i dette? Jo, en er avhengig av å ha juridisk bistand. En må kunne sørge for at de som skriver under på kontrakter vet hva de signerer på.

Som musiker 5 sier:

«Ehm, ja. kontraktene vi har signert har blitt laget for at vi skal forstå de, men det er jo grunnen til at vi har signert de også. Fordi vi har fått god oppfølging og fått hjelp til å rådføre oss med advokater som har bedre peiling og fått hjelp til å skrive om språket sånn at det er laget for oss å forstå. Og det er også grunnen til at vi ikke har signert andre kontrakter fordi vi har følt at de har vært bevisst innviklet for lure oss»⁷

Her ligger mye av utfordringen når det kommer til kontrakter. En må dekode dem for å kunne forstå. De er ikke laget for en artist eller et band.

En må ha hjelp til å kunne sette seg inn i og forstå det som i veldig stor grad avgjør hvordan karrieren går. Som musiker 3 sier:

«Pleide å gjøre det litt før når vi drev med kontraktsgreier. Da brukte vi manageren til et kjent norsk band»⁸ som rådgiver.

Når vi bruker platekontrakter som eksempler her vil jeg også påpeke at det samme gjelder for management og publishing-kontrakter. Live-avtaler og promo-avtaler enklere i sin oppbygning og å forstå da det ofte kun gjelder en fast sum eller en fast prosentavtale.

⁷ Musiker 5

⁸ Musiker 3

Det som er hovedutfordring per i dag er at en i stor grad ikke tjener penger kun på platesalg/streaming. En er helt avhengig av å ha flere ben å stå på. Så hvordan skal bransjen klare å regulere dette på en måte som både ivaretar interessene til bedriften, men som ikke utnytter utøveren samtidig?

Som musiker 3 sier om livemarkedet:

Ja, altså vi har investert mye tid og bygd opp et livemarked og en livevirksomhet og en butikk rundt det med bandet. Det er jo hele eksistensgrunnlaget da. Og når en tenker på live, så tenker jeg jo live og merch. Fordi snakker vi om merch uten live så snakker vi om nesten ingenting. Vi er jo nødt til å ha konserter for å selge merch.⁹

Her er vi avhengige av en regulering av kontrakter hvor forholdene i norsk bransje ligger til grunn, ikke forholdene til en amerikansk eller engelsk.

Det er også viktig at utøverne forstår hva de signerer på og hvordan de skal kunne forhandle og reforhandle kontrakter på sine premisser. Det er også viktig at utøverne tenker på de nye betingelsene som f.eks merch og det sterke livemarkedet. Det er viktig å se på alle mulige inntektskilder.

For til syvende og sist klarer ikke plateselskap eller andre i bransjen seg uten utøverne.

Norske støtteordninger er viktige for å kunne opprettholde bredde og spre kultur i hele landet. Allikevel når det kommer de ordningene som er rettet mot musikk må passe på å være på pulsen slik at en klarer å følge med i den teknologiske utviklingen som har skjedd de siste 10 årene. Teknologien har sørget for at det både er enklere å spille inn musikken og å publisere den. Derfor har vi sett en økning i antall utgivelser. Det som da har blitt viktig er å skille seg ut i mengden. Da vil en kanskje i noen sjangre ikke ha behov for tilskudd til innspilling, men for tilskudd til promotering.

Jeg mener at en må begynne å se prosjektene under ett. At en kan få tilskudd til hele prosessen slik at en kan arbeide mer fokusert og målrettet med utgivelsen f.eks.

En må sørge for at ordningene tilpasses virkeligheten i bransjen per i dag og ikke blir stående fast i gamle normer og statussymboler. En må se «nye» sjangre som kredible og en må også fokusere på at aktører som mottar tilskudd må kunne vise til progresjon.

⁹ Musiker 3

Ser en på hypotesen fra den strukturelle rammen i kapittel 4 er det nettopp dette jeg skisserte som utfordringer. Det å sikre at kontrakter er oppdaterte og laget for det markedet de skal virke i er viktig. Det er også viktig at en klarer å sørge for at disse kontraktene tar høyde for at artistene skal kunne forstå dem.

Når det kommer til fleksibilitet i støtteordninger mener jeg at vi også kan støtte oss på den strukturelle rammen og sørge for at strukturen formes etter omgivelser og teknologi, ikke etter etablerte sannheter.

2.

Fra å være en bransje der artistene stort sett har kunnet gått med på det som har blitt forelagt dem av avtaler og kontrakter er vi nå inne i en bransje der artistene i stor grad sitter med denne makten selv. De kan selvpublishere materialet sitt på strømmetjenester, de kan lage egne presseskriv og de kan lage egne avtaler med promobyråer som er uavhengige av plateselskapene. Dette var jeg innom i kapittel 2.

Allikevel er det vanskelig for utøverne når denne utviklingen i stor grad ikke har hatt følge av en økning i kunnskap om bransjen en opererer i.

Som musiker 1 svarer på et spørsmål om økonomi og struktur:

«Jeg sitter jo fremdeles å venter på den dagen der jeg vet mer hvordan ting er, men det er jo vanskelig uansett. Det er utrolig uoversiktlig»¹⁰

Dette er også noe av det jeg ser gjennomgående i de intervjuene jeg gjør. Enten så har utøverne et apparat som tar vare på dem og sikrer dem den kunnskapen de trenger eller så lar de seg påvirke av gamle strukturer og «sånn ting alltid har vært».

Det er svært få av de jeg har pratet med som viser til at de kan være den som gjør en forskjell i sin karriere. De er avhengige av at andre gjør denne jobben og at de blir sett av noen i bransjen slik at karrieren kan ta fart. Ser en på hypotesen fra kapittel 4 viser den at en må myndiggjøre utøveren.

¹⁰ Musiker 1

For å ta det første først. Dersom en har et apparat som gjør alt arbeidet og en aldri selv har vært særlig involvert, hvordan vet man da at karrieren og de en rådfører seg med gjør det som er best for artisten og ikke best for seg selv? Og hvordan får man gode råd når en rådfører seg med andre artister og band (som mange av de jeg har pratet med gjør). Vet de artistene de spør nøyaktig hvordan deres apparat har arbeidet?

Dette er en stor utfordring i musikkbransjen i dag. De som skaper produktene kjenner ikke bransjen så godt som apparatene de bruker og kan dermed ikke kontrollere deres arbeid eller sørge for at de selv er i stand til å forstå hvordan de tjener penger og hva som betyr noe.

Noen av de jeg pratet med får bare en sum på konto hver måned. De vet ikke hva i den summen som er hva. Det gjør at en mister muligheten til å gjøre markedstilpasninger og dermed kan «skru til» karrieren sin etter hvor man tjener penger.

Musiker 4 sier:

«Det er viktig at en lærer mye selv enten en har apparat eller ei. For det første å kunne kontrollere den jobben som blir gjort, men også for å skjønne de rammene og betingelsene som finnes. Det skal også være kjekt å jobbe med deg sånn at apparatet ditt ikke skal måtte forklare deg sånn og sånn»¹¹s

Så hvordan er det da når de skal være med å ta avgjørelser for sin egen karriere?

Hvordan skal vi sikre dem at den kunnskapen de trenger både blir lært til dem og at det finnes uavhengige organisasjoner som gir råd.

Som musiker 5 sier:

«Jeg foretrekker en blanding av å bruke uavhengige interesseorganisasjoner og så ser vi de opp mot de rådene vi får fra plateselskap. Rett og slett for å avstemme det opp mot noen som ikke skal tjene penger på oss»¹²

Her ligger nok en av utfordringene. En må for det første sikre artistene muligheten til å kunne få uavhengig rådgivning og i tillegg må de som arbeider med uavhengig rådgivning være faglig

¹¹ Musiker 4

¹² Musiker 5

oppdaterte slik at en får korrekt og tidsriktig informasjon. Myndiggjøring og kunnskap står sentralt som Bolman & Deal pekte på.

Jeg mener den største utfordringen er å myndiggjøre utøveren. Sørge for at de klarer å arbeide seg sterke nok til å kunne ta informerte og veloverveide valg på sine egne vegne. At de klarer å tenke som små bedrifter og bruke markedet til sin fordel og se tydelige målgrupper og inntektskilder. Det er viktig at de selv ønsker å få denne informasjonen og å klare å ta makten tilbake slik at de reelt sett har makt over karrieren og ikke bare det kunstneriske. Det er nemlig ingen av de jeg har intervjuet som anerkjenner at de er en merkevare. Dette er jo vanskelig når hele bransjen er bygget opp om at det er det du skal være.

Som jeg viser til i kapittel 4 og i hypotesene utredet i starten av dette kapittelet er kunnskap en av de største utfordringene vi har i dagens norske musikkbransje. Det at utøverne selv sitter med den kompetansen de trenger for å kunne navigere i bransjen er nøkkelen for å kunne myndiggjøre dem og sørge for at de har de verktøyene som trengs for å skape suksessfulle bedrifter.

Allikevel er ikke kunnskap alene nok, en trenger også et nettverk av mennesker som kan hjelpe med å både synliggjøre og styrke karrieren. Disse støttefunksjonene finner en ikke om en ikke har et nettverk som kan sette en i kontakt og anbefale en.

3.

Når jeg har gjennomført disse intervjuene viser det seg at det er mange som viser til både NRK og Kulturrådet når det kommer til makthavere. Allikevel er det nok de færreste utenfor musikkbransjen som først og fremst ville tenkt at det er disse som har makt.

Det er derfor vi må kunne sørge for at vi klarer å identifisere de som har makt og sikre at vi kan kontrollere den måten de utøver makten sin på.

Klarer en å ha en armlengdes avstand og ikke la seg påvirke av mellommenneskelige forhold slik som musiker 6 insinuerte i starten av dette kapittelet?

Skal vi se på Kulturrådet først så ble Kulturrådet opprettet for å sikre at det er en armlengdes avstand mellom politikere og bevilgningene som gjøres, men også for at bevilgningene skal gjøres på et kunstnerisk grunnlag. Derfor er Kulturrådet sammensatt av ett råd, men de har også flere underutvalg som forvalter spesifikke kunstområder eller ordninger.

Gjennom Kulturrådet vil band og artister, deres apparat og andre aktører med musikk som kunstform kunne søke om tilskudd. For band og artister vil det være innspillingstilskudd, tilskudd til promotering, ensemblestøtte m.m

Dette er allikevel ikke midler som gis etter innsats eller cv. Her må hvert prosjekt beskrives i detalj med hvem som er involvert, hva som er budsjettet og hvordan eventuelle midler skal benyttes.

Kulturrådet gir også mange muligheten til å kunne utføre sine prosjekter, som ellers ikke ville blitt gjennomført.

Allikevel er Kulturrådet politisk og opptrer som et instrumentelt verktøy ettersom en prioriterer tiltak spesielt rettet mot barn og unge, en dikterer vilkår for økonomiske tildelinger og en utvikler en politikk på hva som er innenfor og ikke innenfor i henhold til de kriteriene som er gitt.

Det har lenge vært en uetablert sannhet om at de mer kommersielle sjangrene ikke har en plass i Kulturrådet. Dette begynner nå å myknes opp, men det var nok en del fra de mer etablerte kunstsjangrene som måtte se to ganger når Enslaved fikk ensemblestøtte i 2014. Frem til da var det nok kun jazz og klassiskensemble som hadde fått tilskudd fra denne posten. Dette ble sett på som banebrytende for de sjangerne som mange omtaler som ”rytmiske”. Og ser vi på tildelinger fra året etter har det sneket seg inn flere band innenfor dette feltet som f.eks Spidergawd og Årabrot

Dette er uttrykk for ny politikk i Kulturrådet og viser en ny retning på å inkludere disse mer kommersielle sjangrene.

Kulturrådet har da bevisst gått inn for å bedrive politikk på et gitt felt og i en gitt ordning. En har endret premisene slik at det skal ha en innvirkning på en ny del av musikkbransjen. Dette kan ha kommet etter påtrykk fra bransjeorganisasjoner eller det kan være at det kunstneriske nivået på følgende aktører har hevet seg.

Uansett har Kulturrådet utformet en ny politikk i 2014 som vi ser fikk stor innvirkning på tildelingene i 2015. Dette er en av de tingene som oppleves som problematisk. En ser ikke på sjangre eller deler av musikkbransjen som likeverdige og med samme kunstneriske verdi. Det er her Kulturrådet etter min mening ikke klarer å være tydelige nok. En klarer ikke

anerkjenne likeverdighet mellom musikksjangre i like stor grad og skaper da et økonomisk hierarki.

Det er her den tydelige markedskompenserende effekten til Kulturrådet kommer inn. En antar at gitte musikksjangre økonomisk står verre stilt enn andre. En anerkjenner ikke det å satse på en karriere innen musikk som likeverdig på tross av sjanger og konstallasjon.

En kollega av meg sa en gang at *”jeg kan tjene meg ganske rik på å komponere for barn og unge”*. Når vi spurte hvorfor var svaret at en i Kulturrådet har opprettet så mange nye ordninger der barn og unge er målgruppen at en snart kan spesialisere seg på denne målgruppen.

Spørsmålet er da hvordan en skal kunne se på det som skapes som fritt og hvordan en kan kontrollere at det finnes et marked for dette.

Her kommer vi til det andre som er problematisk med Kulturrådets politikkføring. Dersom en skal tilgodese en spesiell gruppe av befolkningen med kultur åpner en døren for å skape flere slike grupper og kan i liten grad kontrollere kvalitet på kvalitetens premisser. Det blir kvalitet på gruppens premisser.

Feltet opplever i stor grad at det er svært mange band og artister som får tilskudd og som ikke klarer å gjøre en karriereklattring og forblir på samme nivå. Det å kunne holde et band eller en artist på veien er dyrt. Skal en da gi statlige tilskudd til prosjekter som vil bli gjennomført selv om en ikke får dette tilskuddet. Dette er en utfordring for Kulturrådet per i dag. En krever ingen kunstnerisk eller karrieremessig utvikling. Det gjør at en ikke klarer å ivareta enerne og det er jo ofte disse som både skaper presedens i politikken og som fører hele bransjen videre.

Dette mener jeg er en stor utfordring for musikkbransjen i dag. De statlige ordningene som skal stimulere og (jeg antar) være markedskompenserende er på en side lite forutsigbare for det frie feltet og i tillegg veldig fokusert på enkeltområder.

Det er en utfordring for feltet. En har sterkt instrumentelle ordninger som i liten grad er i kontakt med det feltet det berører. Da vil i noen sammenhenger ikke ordningene henge med

utviklingen i feltet både teknologisk og kunstnerisk og en vil få subsjangre eller hybrider som lages for å tilpasse seg ordninger.

Er det viktig at det lages rock for barn eller kan det bare lages rock?

På dette området oppleves det som om rammebetingelsene er gode nok om en er innenfor ”riktig” felt eller sjanger og at en ønsker å politisere hvordan midler skal benyttes fremfor å kunne se feltet og dets behov.

Det vil også alltid være en diskusjon om bredde versus topp, men her mener jeg at dersom en har havnet innenfor Kulturrådets ordninger så er en i å for seg en profesjonell aktør og må behandles deretter. Ønsker en å sikre bredde er dette kanskje i større grad et kommunalt ansvar og et ansvar for de som sitter tett på bredden. Det gjør ikke Kulturrådet per i dag.

Da er det også en stor utfordring at Kulturrådet i så stor grad har så mye makt som mine informanter mener. Er de sitt ansvar bevisst og klarer en å utføre nok kontroll med hvordan de gjør sine prioriteringer. Klarer politisk ledelse å bruke dette virkemiddelet godt nok?

Den andre makthaveren som flere trekker opp er NRK.

NRK som statskanal er en premissleverandør når det kommer til å levere musikk til det norske folk. De er pliktet til å ha en norskandel på 40% når det kommer til musikk. Dette gir de en særstilling overfor mer kommersielle kanaler som P4 og TV2 som i liten grad trenger å ta dette offentlige ansvaret.

Fordi NRK har dette offentlige ansvaret er det også viktig at de er dette ansvaret bevisst og klarer å skjønne at de fungerer som et sterkt virkemiddel i musikkbransjen.

De er både et virkemiddel når det kommer til formidling av musikk og når det kommer til å promotere norsk musikk.

Når musiker 6 i starten av kapittelet sier det han sier om kjennskap og vennskap så kan en jo mistenke at de ikke klarer å utøve den makten bransjen har gitt dem på rett måte og en nærmest har skapt en maktinstitusjon som kan velge hvem de ønsker å profilere og ikke kun på personlige valg ikke på redaksjonelle eller politiske prioriteringer.

Musiker 5 mener på sin side at det er apparatet en har som kan påvirke disse maktkildene:

«Store plateselskap, management mer enn bookingagenter og artistene selv i 50% av tilfellene. Majorlabels kan utøve makt på f.eks NRK og Kulturrådet»¹³

Da er en allikevel avhengig av sin markedsverdi og at de som utøver makt på de større makt-aktørene faktisk har denne muligheten.

Det at vi har makthavere som i så stor grad er offentlig kontrollerte er noe som skiller oss i stor grad fra USA og i noen grad fra UK. Dette gjør at det norske markedet både er vanskelig å navigere i for utenlandske musikkelskaper og det gjør at vi er sårbare når det kommer til å skape bredde og flere premissleverandører. Derfor tror jeg en må arbeide for å skape sterke aktører som er uavhengige, men dette vil jo være vanskelig når staten i så stor grad er markedskompenserede med disse ordningene. For å kunne forbedre dette er vi avhengige av at støtteordningene klare rå ha en finger på trendpulsene og at de klare å gå foran og skape endringer. En må også sikre at de som mottar tilskudd blir hørt og tar et ansvar i å engasjere seg.

Som utøver og musikkbransje forøvrig er det da viktig at en klarer å gi makt til flere og bredere aktører. En kan aktivt gå inn for å støtte opp om uavhengige aktører eller sørge for å skape sin inntjening uavhengig av tilskudd.

Igjen mener jeg at vi kan gå tilbake til Bolman & Deal og se på deres fortolkningsrammer. Ser en disse i sammenheng med mine hypoteser kan en anta at en har en utfordring når det kommer til maktbalanse og inkludering. En må sørge for at en klarer å inkludere utøverne, deres representanter eller representanter for bransjen i de posisjonene som påvirker musikkbransjen.

Dersom en ikke gjør det vil en skape sterke maktbaser som er upåvirket av den bransjen de påvirker så sterkt. Det er derfor viktig å sørge for at en klarer å holde kontakten med musikkbransjen for de som er store maktbaser, men også for de som påvirker disse.

4.

En av utfordringene i norsk musikkbransje er som musiker 2 beskriver at vi er et lite land med liten bransje som i stor grad er «grei nok».

¹³ Musiker 5

Det er en bransje som ikke er skalerbar og som ikke alltid klarer å ta innover seg hvor stort marked en opererer i.

Som musiker 2 sier:

«Det er nok mye bransje i bransjen, der utøveren ikke blir sett eller inkludert. Det er et nivå, det utkrystalliserer seg et nivå som faktisk har ambisjoner som også jobber med artister som faktisk skjønner viktigheten av kunnskap. Men det er liksom seriøs hobby eller har det som profesjon i anførselstegn.»¹⁴

Altså klarer vi å skape arenaer der musikere ikke blir inkludert og bransjen nærmest virker uavhengig av de som faktisk skaper produktet.

Da kan en kanskje i større grad utvikle premisser som ikke kommer utøverne til gode, men som handler om å skape en bedre bransje for bransjen.

Dette er nok også på grunn av størrelsen på det markedet vi virker i. Norge som marked er mye mindre, men musiker 5 sier:

«Jeg tror vi hadde fått hevet nivået dersom norske artister hadde turt å satse utenfor Norge for da holder det å henge med vennene sine. For å bli tatt seriøst hos et plateselskap eller et bookingbyrå i utlandet så må man behandle det som en ordentlig jobb. Alle som er musikere og prøver å gjøre ting litt på si må velge om de vil være musikere eller om de vil drive plateselskap»¹⁵

Og når musiker nr 4 sier:

«Når man ser på A&R i store plateselskaper. Det er veldig mye vas og veldig mye kaffe. Men det er kanskje en del av den bransjen som gjør at det skal flyte. Alt kan ikke være tall og fakte, bam bam. Både og da, det er veldig inspirerende å se hvordan noen bookingagenter arbeider og så kommer du på en fest og så innser du at her er det bare tilfeldigheter og kjendiseri. Og vi er et lite land og bransjen er sentrert i Oslo og de kjenner hverandre. Ikke bare på jobb, men de henger jo også ut privat»¹⁶

¹⁴ Musiker 2

¹⁵ Musiker 5

¹⁶ Musiker 4

Her har vi også en utfordring. I Norge har vi klart å sentrere mesteparten av musikkbransjen i Oslo. Det er en utfordring for de utøverne som ikke bor og klarer å skaffe seg et nettverk der. Derfor er det viktig at en skaper møteplasser der en kan møte musikkbransjen og at bransjen som holder til i Oslo klarer å se verdien av å reise ut i regionene. Hvis ikke blir det nærmest som en liten koloni. Det gjelder ikke bare for bransjen, men også for makthavere som NRK og Kulturrådet.

Det er også viktig at en klarer å motvirke koloniseringen slik at vi kan gi de aller fleste like muligheter på starten av karrieren og at vi klarer å skape en bransje som er åpen og skjønner verdien av å operere i nettverk.

Dette klarer en ved å skape sterke aktører og gode insentiver fra næringsavdelinger i kommuner og fylkeskommuner.

Skal en oppsummere dette kapittelet vil jeg igjen vise til hypotesene jeg startet kapittelet med og som var sammensatt av teorigrunnet fra kapittel 4 og informantenes svar.

1. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med å lage fleksible støtteordninger og sørge for at kontrakter er tilpasset virkeligheten i dagens musikkbransje.
2. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med myndiggjøre og sikre musikerne kunnskapen og kontrollen til å ta egne og godt informerte valg
3. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer med å påvise de virkelige makthaverne og regulere deres makt.
4. Norsk musikkbransje kan ha utfordringer når det kommer til mytene og historiene i musikkbransjen og kan i liten grad være opptatt av den jobben som må gjøres og å profesjonalisere feltet.

Mine hypoteser viser at man kan benytte seg av teoretiske anbefalinger for å belyse en bransje i endring. En kan se en overføring fra Bolman & Deals fortolkningsrammer til de utfordringene vi har i musikkbransjen i dag. Det er disse fire fortolkningsrammene belyser mye av det som ligger til grunn for de svarene mine informanter har på sentrale spørsmål.

Ser en hypotesene og analysen gjort i dette kapittelet i sammenheng mener jeg at jeg kan vise til følgende funn:

1. Utøverne blir i stor grad påvirket av bransjen, de har utfordringer med å være med å påvirke bransjen
2. Kunnskapen til både utøvere og bransje er viktig når en skal kunne heve den norske musikkbransjen
3. Utøvere er ikke myndiggjorte og dette fører til at en skaper svakere parter enn nødvendig.
4. Informantene mine viser at stadiet i karrieren betyr lite når det kommer til kunnskap om bransjen eller mulighet til å ta kontroll over karrieren.

Disse funnene vil sammen med de hypotesene jeg har utredet gjennom dette kapittelet være en god grunnmur for å kunne finne løsninger på de utfordringene en har når det kommer til rammebetingelser.

Kapittel 6: Hvordan skape bedre rammebetingelser?

For å løse de utfordringene vi har med rammebetingelser i dagens norske musikkbransje mener jeg vi kan se på de fire fortolkningsrammene som Bolman & Deal har laget og som jeg viste til i kapittel 4 og belyse utfordringene slik jeg har gjort i kapittel 5. Dette fordi jeg mener mange av de utfordringene vi møter kan settes inn i disse perspektivene, men også løses ved at man anerkjenner de utfordringene man har, i lys av disse fortolkningsrammene. Ved å ta i bruk mine hypoteser fra kapittel 4 og 5 mener jeg vi kan skissere opp noen punkter til løsning for hver fortolkningsramme og dermed hver utfordring.

I den strukturelle fortolkningsrammen vil jeg peke på følgende fire punkter til mulige løsninger.

1. En må sørge for at de støtteordningene som er i effekt alltid er oppdatert for det feltet de skal virke i. Fleksibilitet er nøkkelen her.
2. En må sørge for at bransjen er godt regulert og følge opp disse reguleringene jevnlig for å sikre at de virker slik en ønsker, spesielt når det kommer til kontrakter.
3. En må sørge for at kontrakter er oppdaterte og klarer å regulere det som trengs, men ikke mer.
4. En må sørge for at de gis kunnskap om bransjen og de perspektiver bransjen fungerer i. En kan ikke forvente at en enkeltutøver skal kunne navigere seg videre i bransjen fra dag 1.

For å svare på hvordan man kan løse spørsmål 1 mener jeg at man i større grad må kunne se på hvordan musikere og deres hverdag passer til rammene som er laget. Det må være nødvendig at disse ordningene tilpasses utøverne og ikke ordningen i seg selv.

En må sørge for at disse ordningene ikke er like kronglete å søke på som musiker 6 indikerer og en må også sørge for at en ikke trenger et apparat som kan «spillet», men at en kan søke på selvstendig grunnlag og føle en blir vurdert på lik linje med alle andre.

Skal en gjøre dette må en sikre brukermedvirkning når ordninger skal oppdateres eller lages og kanskje også ta med utøverne i evalueringen. Da er det også viktig at en velger å ta med utøvere som ikke er «superbrukere», men også de som ikke benytter seg av ordningene i like stor grad. Da vil en kunne gjøre dette tilgjengelig. En må også sikre at de som tar avgjørelser kommer ut i regionene.

På spørsmål nummer 2 peker jeg på reguleringen og her mener jeg vi må se på hvordan man regulerer både de bedriftsrettslige og kontraktsrettslige prinsippene. Det er en bransje som i stor grad opererer på premisser som er kopiert fra andre markeder og ikke er tilpasset dagens norske bransje. Dette er en utfordring fordi en i stor grad måler seg etter internasjonale skalaer, men ikke har en bransje som klarer å utnytte den internasjonale musikkbransjen og heller ikke skape bedrifter som kan arbeide i det globale markedet. For å gjøre dette må man se på insentiver som gir både bedrifter og kunstnerne muligheten til å skape sine arbeidsplasser der de har et marked.

Som Boon m.fl (1996) sier så er det også flere produkter enn det kunstneriske produktet en kan selge. Klarer en å skaffe seg en stor fan-skare så vil en også kunne selge f.eks t-skjorter, capser eller populært kalt merch (merchandise). Det å inkludere dette i businessplanen til artisten vil bli viktigere og viktigere.

Spørsmål nummer tre peker på kontrakter. Kontraktene som vi har vært igjennom både i kapittel 4 og kapittel 5 viser at en i dag bygger på bestemmelser som ligger både i andre land, men også i markeder der økonomien ser helt annerledes ut. Eksempelvis er ikke streaming like stort i USA som det er i Skandinavia og da er det merkelig at en skal lage kontrakter basert på dette i Norge. Derfor er det viktig at de kontraktene som benyttes i dagens musikkbransje er laget på premissene de skal operere i. De må gjennomgå av profesjonelle med kjennskap til den norske bransjen og en må også som utøver få mer innblikk i hvordan disse kontraktene virker og hva de ulike delene betyr.

Dette er viktig for at vi skal skape en musikkbransje der en klarer å stole på hverandre og sikrer oss at ingen blir utnyttet som den svake parten. Det er ingen tjent med.

Det krever både at selskapene som bruker kontrakter blir bedre på å forklare de kontraktene de forelegger artistene, men også at de gir muligheter for reforhandling og kan spesifiseres til det beste for artistene. Dersom man ikke gjør det vil man oppleve at flere artister går ut på egenhånd som Marit Larsen nå har gjort¹⁷

Da svekker man «lokomotivene» og får mange flere mindre selskaper som er sårbare og lite skalerbare slik som musiker 2 har pekt på flere ganger gjennom kapittel 4 og 5.

¹⁷ Pettersen, Ville følte helt rart å fortsette (Dagbladet)

Okoracha (2011) er inne på nettopp denne myndiggjøringen når han beskriver at det er artistene som har muligheten til å ansette og sparke de delene av apparatet de ønsker. Denne fordelene må vi ikke glemme at de har, men selve trykket en kan legge i disse forhandlingene kommer an på posisjonen en har. Noen ganger kan det kanskje være mer fornuftig å la være å signere å beholde makten selv, noen ganger kan det være riktig å signere for å slippe unna en del av oppgavene som følger med som musiker 3 sier:

Boon m.fl (1996) mener at plateselskap må ta mer hensyn til artistene fordi et godt forhold til selskapet vil det føre til at artister i større grad klarer å være kunstnerisk kreative.

De mener også at en bransjen i stor grad vil dra nytte av å se på begge sider sine behov i situasjonen. Dersom en klarer å ikke la penger bli den viktigste delen av en kontraktsforhandling klarer en å lage en kontrakt som er riktig for artistens karriere.

Det er allikevel bare en del av det. Vi må også sørge for at artistene har muligheten til å skaffe seg juridisk bistand og å innse at de må være kompetente nok til å diskutere på samme premisser som bransjen og selskapene i bransjen gjør.

Spørsmål nummer 4 viser til at en må sikre kunstnerne den kunnskapen de trenger for å kunne gjøre gode valg. En må også sikre at det finnes uavhengige og faglig dyktige organisasjoner som kan sørge for at utøverne lærer det de trenger, men også at de er forberedte på hva som møter de i den norske og den internasjonale musikkbransjen.

Det er som musiker 4 sier viktig at en klarer å innhente den kunnskapen en trenger for at det profesjonelle apparatet ikke skal måtte forklare deg alt om hvordan bransjen fungerer, men også for at du skal kunne kontrollere den jobben som gjøres.

Da trenger vi utøvere som er klar over hvilke strukturer de arbeider innenfor og hvordan de kan påvirke og videreutvikle dette.

I den grad musikkbransjen skal fungere som den fabrikken Bolman & Deal skisserer må en være så dyktig at man hele tiden klarer å tilpasse seg spillereglene. En må også klare å produsere det markedet vil ha til en hver tid og i stor grad sette næring foran kultur. Dette vil i stor grad kreve at artistene selv er klar over de utfordringen de vil møte og klarer å motvirke «gatekeepers» med å skape egne rammevilkår. Det vil også være slik at en da ikke skaper kunst på kunstens premisser, men må arbeide for å tilpasse seg markedet.

Ser vi på det som går på branding i dagen bransje er kanskje ikke dette så dumt?

For Curien og Moreau (2009) siterer Marx som mener at popmusikk er noe menneskelig som er tatt fra oss og blir returnert som en salgsvare. Dette indikerer at en ikke må glemme at en faktisk selger et produkt.

Videre mener Curien og Moreau (2009) at den som kontrollerer teknologien er den som kontrollerer markedet, derfor vil patenter være viktig for plateselskaper.

Så skal vi skape bedre rammebetingelser med den strukturelle fortolkningsrammen som bakteppe må man se på følgende:

1. Skape regulering som er tilpasset en bransje i konstant omstilling
2. Sikre at støtteordninger og kontrakter er tilpasset utøverne og bransjen forøvrig
3. Sikre kunnskap og kompetanse helt ned på utøvernivå
4. Sikre at en klarer å tilpasse seg markedet og teknologien og arbeide med dette og ikke mot det når det kommer til branding.

Fra hypotesen i kapittel 4 mener jeg at man med utgangspunkt i human resource-rammen mener jeg at vi kan se på følgende løsninger:

1. Sørge for at musikere og utøvere har kunnskapen og nettverket som trengs for å kunne være myndiggjorte.
2. Sørge for at lukkede familiekonstruksjoner åpner opp og er en del av bransjen på bransjens premisser
3. Sørge for å gi posisjoner til de som kan utjevne maktbalansen
4. Sørge for å smelte sammen behovene til utøverne og «familiene»

Punkt 1 viser til den store utfordringen vi har i familie-konstruksjoner når det kommer til myndiggjøring. For å kunne få dette til er det viktig at vi anerkjenner at artister og utøvere må være i stand til dette. Vi må skape rom der de lærer hvordan de kan ta tilbake kontrollen over karrieren sin. Dette er viktig for at en skal kunne utnytte de mulighetene som ligger i dagens musikkbransje. En må sikre rom for læring og trygghet i å kunne fatte de beste valgene for seg og sitt prosjekt. Da kreves det ordninger som arbeider med dette. I Norge har vi regionale kompetansesentre for musikk og disse vil være en god ressurs for å sikre denne myndiggjøringen.

Punkt nummer 2 viser til at en må åpne lukkede nettverk og at disse blir en del av bransjen og klarer å virke på bransjens premisser og ikke sine egne. Dette må vi arbeide for å motvirke ved å spre makt og innflytelse på flere hender enn det vi gjør i dag.

Vi må arbeide for at de som er privilegerte og i posisjoner som kan påvirke bransjen og dens reguleringen også tenker på bransjen foran seg selv. Dette kan være utfordrende i Norge, men jeg mener en vil sørge for bedre utvikling dersom en klare å skape en delings-kultur.

Det bringer oss til punkt nummer 3. Det å gi posisjoner til de som kan være med å utjevne maktbalansen må gjøres ved at en ser utenfor sitt eget nettverk og klarer å få innspill fra andre når det kommer til valg av styrer og råd. En må sikre at de som sitter i posisjoner sitter i disse for å fremme det beste for saken og ikke seg selv.

Det er også viktig at en ikke lager disse så lukket og uten kontakt med bransjen at en opererer på siden av og ikke i, slik som av og til kan være tilfelle når en har en bransje som er så sterkt konsentrert på ett geografisk punkt.

I punkt fire peker jeg på at en må smelte sammen behovene til bransjen og behovene til enkeltutøveren. Dette kan gjøres gjennom reguleringer fra statlig eller lovmessig hold eller så kan vi skape arenaer der det er mulig å ha dialog om disse rammene. En må kunne sørge for at dialogen klarer å være saklig og at en klarer å sette sammen utøvere og representanter fra bransjen som er interessert i å finne løsninger. Dette vil være mest produktivt og vil også ha størst mulighet for suksess.

Ser vi på den politiske rammen var min hypotese at en i større grad må inkludere og sørge for en maktbalanse i musikkbransjen. Derfor mener jeg at det kan finnes følgende løsninger:

1. Sørge for at en skaper konkurranser som faktisk er demokratiske og kan styres av markedet
2. Sørge for at en klarer å skape en bransjepolitikk som er påvirket av de med skoen på.
3. Sørge for at de som er en del av musikkbransjen skjønner det politiske spillet og hvordan en kan påvirke dette.
4. Sørge for at det er en reell maktfordeling i bransjen som sikrer bedre innflytelse og kunnskap om de vedtakene som gjøres.

For å kunne gjøre noe med punkt 1 må vi sikre at konkurransene som skapes er laget med det utfallet en ønsker. Det å lage disse konkurransene må sørge for å gi indikasjoner på hva man forventer og hvordan man kan bruke dem for å forme de til sitt prosjekt. Dette kan i stor grad gjøres

ved å aktivt bruke markedet som brekkstang. Markedet vil i større grad enn det offentlige kulturlivet klare å regulere antall og størrelse på artister og band.

Punkt nummer 2 er viktig fordi en i stor grad ser at en ikke klarer å sikre medvirkning. Dette kan være fordi musikere ikke ser viktigheten eller den endringen en håper på eller at en prøver å tilfredstille alles behov i sammen virkemiddel. Kanskje trengs det ulike virkemidler for ulike sjangre og kanskje må noen sjangre tilpasse seg de andre for å skape en mer rettferdig bransje.

For å sørge for at vi klarer å oppfylle punkt nummer 3 må en nok gjøre mye av det samme som i punkt nummer 2. En må sikre at utøverne og bransjen har en reell påvirkningskraft og for å kunne sørge for at begge parter klarer å bli hørt er en avhengig av å ha sterke interesseorganisasjoner som klarer å formidle saker og utfordringer på best mulig måte. Så om utøverne eller bransjen ikke selv klarer å lære seg og utnytte det politiske spillet så må vi sikre oss organisasjoner som er sterke nok til å ta det ansvaret.

Det bringer oss til punkt 4 og en sikring av maktbalansen. Dette er viktig for at en skal kunne stille likt som andre og at innspill blir tatt like seriøst uansett om det kommer fra de med mye makt, som styrer bransjen eller de som ikke har de samme mulighetene til å gjøre dette.

Her vil nok også interesseorganisasjonene spille en viktig rolle og sørge for at en klarer å fordele makten på flere og ulike hender.

Fra den Bolman & Deals symbolske ramme utredet jeg en hypotese som omhandlet inkludering og avmystifisering av musikkbransjen. Derfor mener jeg vi kan se på følgende løsninger:

1. Sørge for at dette ikke blir en lukket og «sekt-liknende» bransje.
2. Inkludere andre i og utfordre de etablerte strukturene.
3. Unngå å skape helter og skurker, men se på uenighet og utenforskap som en god grunn til å skape dialog.
4. Klare å gi organisasjonen eller bransjen mening for andre enn de som arbeider eller er en del av den.

Ser vi på punkt 1 er det viktig at bransjen ser viktigheten av å ikke være en lukket bransje, at de ser mulighetene som ligger i å åpne opp og at de innser at det er mulig å lære noe fra de som står utenfor. For å klare dette må det finnes arenaer å gjøre dette på som ikke er knyttet opp til de

ritualene vi ser i den symbolske rammen. Det kan være konferanser der en ikke har en konkurranse som hovedfokus (Spellemann) eller det kan være møteplasser som er uformelle og laget for at en skal kunne møtes på tvers.

Punkt 2 viser til viktigheten av å klare å inkludere ander og utenforstående i musikkbransjen. Kanskje finnes det perspektiver fra andre bransjer eller til og med erfaringen fra andre deler av samme bransje som en kan lære noe av. Gjør en dette kan en sammen klare å utfordre de etablerte strukturene og lage alternative løsninger og muligheter. Dette vil føre til at en klarer å spre makt og innflytelse på flere hender og at en klarer å se mulighetene som utvikles ved at en får nye impulser.

Ser vi på punkt 3 er viktigheten av å ikke skape helter og skurker noe av det samme. Dersom en anerkjenner personers kompetanse og klarer å inkludere de er det mindre sjanse for at en oppnår en polarisering og utenforskap. Dette vil skape mer problemer for en liten bransje enn en vil tjene på det. Det å kunne være inkluderende og imøtekommende mot personer som ikke mener det samme som en selv er viktig både for å kunne skape utvikling, men også for å kunne ha en bransje som i fellesskap kan utfordre etablerte strukturer eller gå inn i nye markeder.

Ser vi alle disse punktene og fortolkningsrammene under ett utkrystalliserer det seg noen punkter som går igjen og som jeg mener er løsningen på å forbedre rammebetingelsene.

Disse er:

1. Vi må sørge for å tilpasse støtteordninger, kontrakter og andre virkemidler i den norske bransjen slik at de er tilpasset de som «har skoen på». Dette gjøres ved å involvere brukerne mer enn det en gjør i dagens musikkbransje og at en lytter og prøver å tilpasse seg. Da må også lovgivning og politisk styring følge med og sørge for at det ligger fleksibilitet til grunn og at en skaper skalerbare ordninger.
2. Vi må arbeide for å myndiggjøre utøverne og bransjen slik at en skaper aktører som har muligheten til å være med å påvirke sin egen hverdag. Dette kan gjøres gjennom interesseorganisasjoner og ressursentre, men best av utøverne selv. En må derfor skape insentiver slik t utøveren ønsker å øke bransjekompetansen sin.
3. Vi må unngå å skape en «amerikanisering» av den norske bransjen der en noen ganger kan bli for opptatt av staffasje og ikke av innhold. Dette gjøres ved at en øker kompetansen og yrkesstoltheten til de som arbeider i musikkbransjen og sørger for at en profesjonaliserer bransjen slik en ser i andre land.

4. Vi må sørge for kunnskap slik at utøverne klarer å utnytte sitt potensiale og skape en merkevare som ikke kun trenger å bedrive med kunstneriske prosjekter. Vi må lære utøvere å lage strategier og tenke som en merkevare. Gjennom dette vil det kunne åpne seg nye muligheter for inntjening og en vil også kunne skape bedrifter som vil kunne sysselsette flere i de viktige delene av bransjen.

Kapittel 7: Musikkbransjen i et samfunnsperspektiv

For å kunne heve statusen til musikkbransjen i Norge både i hjemmemarkedet og internasjonalt finnes det flere virkemidler en kan ta i bruk.

Skal vi se til vårt naboland Sverige viser statistikken at hver femte ansatte i næringslivet i Stockholm arbeider i en kulturrelatert bedrift og at 42% av disse virksomhetene ligger i Stockholms län. I Sverige omsetter musikkbransjen for 260 millioner kroner noe som tilsvarer 6% av BNP.

Det har ikke vært mulig å finne liknende tall i Norge og her starter noe av utfordringen.

Vi har ikke tall i Norge som klarer å sammenligne omsetningen med BNP og da er det vanskelig å kunne vise hvorfor musikkbransjen er viktig.

Derfor vil det være viktig å øke forskningen på musikkbransjen og musikkrelaterte virksomheter. Se på ringvirkninger og rammevilkår. Da vil vi øke muligheten for å kunne gå i dialog med myndigheter og skape både nye og bedre arbeidsplasser for utøvere og bransje.

Vi må også som de gjør i England la oss evaluere og sørge for at evalueringene blir til læring for de enkelte virkemidlene.

I tillegg til å se på forskning mener jeg det er viktig at får offentlige utredninger som den vi hadde om kunstnerøkonomien i 2015.

Disse vil vise gode bilder på tingenes tilstand og være gode ledetråder for kulturdepartementet og politisk ledelse. Klarer vi å få til dette sammen med forskning er vi godt rystet for å kunne skape en musikkbransje for fremtiden. Dette må nemlig bygges på faktagrunnlag og ikke synsing.

I mange land driver en nå med utredninger om borgerlønn, kanskje er også dette et virkemiddel som vil kunne gi de som ønsker å drive med kunstnerisk virksomhet muligheten til nettopp det. Da vil en få et grunnbeløp fra staten en kan leve for og samtidig få tid og rom til å skape musikk.

Mange vil nok kunne hevde at en da ikke vil få det samme trykket på å lykkes, men det vil også kanskje gi noen muligheten til å lykkes som ikke hadde hatt det om vi ikke ga alle et grunnbeløp over folketrygden. Jeg er usikker på om dette er nødvendig i et land med nasjonale støtteordninger.

Jeg mener også at vi må se på utdanningsinstitusjonene og både andelen musikere som utdannes, men også på innholdet i det som læres. Dersom min hypotese om rammebetingelser er riktig vil det være viktigere å fokusere på bransjekunnskap og å lære om merkevarebygging enn å lære å bli

bedre på instrumentet sitt. Dette fordi bransjen vil endre seg også innenfor det man kan kalle institusjons-sjangre.

Dette vil også være med på å kunne skape levedyktige firmaer som kan ha sitt nedslagsfelt utenfor institusjonene. Det er viktig dersom vi skal klare å øke statusen og arbeidsplasser i musikkbransjen.

For det er nettopp dette jeg mener er viktig. Nemlig å kunne skape levedyktige bedrifter som besitter den kunnskapen som trengs for å kunne navigere i musikkbransjen og som kan skape arbeidsplasser for seg, men også for andre.

Forskningsspørsmålet mitt handlet om rammebetingelser i musikkbransjen. Jeg mener at det er dette som både setter bransjen inn i et samfunnsperspektiv, men også at det i stor grad er samfunnet som påvirker og til dels styrer utviklingen norsk musikkbransje har.

Skulle en gjøre endringer i Kulturrådet eller NRK som mine informanter har antydnet er det største makthaverne vil det påvirke bransjen i stor grad. Derfor er det viktig at de som kan gjøre endringer her, nemlig politikerne følger med bransjen og er i dialog slik at en kan skape aktører som både fungerer for og arbeider sammen med bransjen de er en del av.

Musikkbransjen har vært i en stor endring som følge av de teknologiske fremskrittene må få muligheten til å tilpasse seg og å sørge for at en klarer å skape varige inntektsgrunnlag og stabile bedrifter. Som neste gang det skulle komme store omveltninger klarer å omstille og være foregangsfigurer når der kommer til hvilken retning bransjen skal.

En må sørge for at en har etablerte og stabile bedrifter (i hele landet) slik at disse kan utfordre makthavere og politikere til å se bransjen fra bransjens ståsted.

Da må kanskje politikerne sidestille kultur med annen næringsvirksomhet og sørge for at byråkrater inkluderer kultur i næringsavdelingene. Det som ikke er kunstnerisk rettet bør kunne høre hjemme i næring og ikke i kultur. Derfor er det en utfordring av Kulturrådet gjør sine avgjørelser på kunstfaglig-grunnlag, men allikevel har ordninger som omhandler næring. Disse vil da ikke bli vurdert på næringspotensiale, noe som er essensielt for å kunne gi start-støtte til gode prosjekter.

En annen ting en må ta inn over seg er at Norge (som mange av mine informanter påpeker) er et lite land. En kan ikke utdanne for mange musikere eller bransjepersoner da en vil utdanne disse til arbeidsledighet på grunn av det i dag ikke er viktig med entreprenørskap i universitetsutdanningen

for utøvende musikere og vi ikke har stabile nok bedrifter til å kunne sørge for at det er arbeid til de som tar en bransjeutdannelse.

Derfor er det viktig at politikere satser på å skape produkter og arbeidsplasser som er skalerbare og kan være stabile over tid.

Musikkbransjen er som alle andre bransjer ikke upåvirket av det samfunnet en lever i. Det er derfor viktig at en ser på bransjen i kontekst av samfunnet for å kunne skape rammebetingelser som både er riktige, men også som fungerer etter intensjonen. En må heller ikke glemme at kunst har en essensiell egenverdi.

Det må også være viktig i et samfunn som mange omtaler som kunnskapssamfunnet at en sørger for at dette også gjelder for utøvere, men da at en sikrer korrekt kunnskap.

8. Konklusjon

Min problemstilling var:

- hva er hovedutfordringene når det kommer til rammebetingelser i norsk musikkbransje?
- hvordan kan en skape bedre rammebetingelser for utøvere og musikkbransje?

Gjennom bruken av Bolman & Deals perspektiver har jeg vist hvilke utfordringer vi har i dagens norske musikkbransje og jeg har pekt på hvordan en kan skape bedre rammebetingelser.

Funnene jeg har gjort gjennom intervjuer viser at:

1. Utøverne blir i stor grad påvirket av bransjen, de har utfordringer med å være med å påvirke bransjen
2. Kunnskapen til både utøvere og bransje er viktig når en skal kunne heve den norske musikkbransjen
3. Utøvere er ikke myndiggjorte og dette fører til at en skaper svakere parter enn nødvendig.
4. Informantene mine viser at stadiet i karrieren betyr lite når det kommer til kunnskap om bransjen eller mulighet til å ta kontroll over karrieren.

Når jeg setter dette sammen med teorigrunnlaget i oppgaven mener jeg at en kan konkludere med at en har utfordringer med to sentrale ting, myndiggjøring og kunnskap.

For å ta myndiggjøring først mener jeg at en må sørge for at utøverne er myndiggjort. De må ha de verktøyene og innsikten som kreves for å kunne navigere i bransjen der de er produktet.

Myndiggjøring er allikevel ikke alene nok. Kunnskap er også en viktig kilde til både maktbalanse og utvikling. Jeg mener at utøverne og bransjen må ha kunnskap om mekanismene og strukturene som påvirker bransjen de virker i er sentral for å både kunne endre den. Med kunnskap kommer profesjonalisering. Da sikrer vi også at vi klarer å forvalte og beholde de talentene som finnes i Norge.

For å kunne videreutvikle dette må en sørge for at å stabile bedrifter som lever over tid og både kan drive talentutviklingen, men også bransjeutviklingen. Da sikrer en viktig kompetanse både om hva som kreves av utøvere, men også hva som kreves av apparatet rundt.

Denne profesjonaliseringen er viktig for å skape en bransje som ikke er personavhengig (uten kulturimpressarioer), men som kan utvikles og drives videre på grunnlag av kunnskapen til flere med erfaring fra bransjen.

Bolman & Deals fortolkningsrammer har vært viktige for å kunne systematisere utfordringene og se mulighetene. En kan finne aspekter bransjen selv ikke har sett eller ser og en kan benytte disse perspektivene helt ned på organisasjonsnivå.

For å kunne gjøre endringer innenfor disse rammene jeg har synliggjort gjennom Bolman & Deal menre jeg at det er bransjen selv som sitter på løsningen på utfordringene. En må som bransje ta ansvar for å påvirke politikere, lovgivning, økonomiske insentiver m.m. Da vil en også kunne se hvem som er aktuelle å samarbeide med.

Det samme gjelder utøverne. En har et ansvar for selv å søke kunnskap og nettverk som er viktige for å lykkes både kunstnerisk og økonomisk. Det er også essensielt at de er involverte i prosessene som påvirker dem.

Avslutningsvis vil jeg si at en også har behov for mer forskning og utredning på denne bransjen og dette feltet. En trenger overblikk og kunnskap som kan drive utviklingen fremover, men som også sørger for at en lærer fra det som har skjedd og ser norsk bransje i sammenheng med andre.

Først da kan en rocke, riktig!

Litteratur og kilder

Bishop, Jack (2005) *Building International Empires of Sound: Concentrations of Power and Property in the "Global" Music Market*, *Popular Music and Society*, 28:4, 443-471, DOI: 10.1080/03007760500158957

Bolman, Lee G, Deal, Terrence E, *Nytt perspektiv på organisasjon og ledelse* (2014) 5 utgave, 2 opplag, Oslo, Gyldendal Akademisk

Boon, A, Greenfield, S og Osborn, G (1996) *Complete Control? Judicial and Practical Approaches to the Negotiation of Commercial Music Contracts*. *International Journal of the Sociology of Law*. Jun1996, Vol. 24 Issue 2, p89-115. 27p.

Carroll, Michael W (2012) *Copyright's Creative Hierarchy in the Performing Arts*, *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*. Summer2012, Vol. 14 Issue 4, p797-728. 32p.

Christiensen, T Læg Reid, P, Rosness P, G, Røvik, K, A (2009) (2 Utgave) *Organisasjonsteori for offentlig sektor, Instrument, kultur, myte*, Oslo, Universitetsforlaget

Curien, N and Moreau, F (2009) *The Music Industry in the Digital Era: Toward New Contracts*. *Journal of Media Economics*. 2009, Vol. 22 Issue 2, p102-113. 12p.

Jacobsen, D.I. og J. Thorsvik (2013) (4. utgave): *Hvordan organisasjoner fungerer*. Bergen, Fagbokforlaget

Helsedirektoratet (2016) *Empowerment (Internett)* Beate Steinkjer Tilgjengelig fra: <http://www.forebygging.no/Ordbok/A-E/Empowerment/> (Lest 15 mai 2016)

Hernes, Gudmund (1975) *Makt og avmakt*, Bergen, Universitetsforlaget

Kulturrådet (2013) *Musikk i tall 2012*, Oslo, Hentet fra: <http://www.kulturradet.no/documents/10157/881bd4be-56dc-4f28-93f0-8c5e782f9bb8>

Kulturrådet (2014) *Musikk i tall 2013*, Oslo, Hentet fra: <http://www.kulturradet.no/documents/10157/5d1e78ae-3dbd-43a5-a88a-c2d1e48c9222>

Kulturrådet (10 desember 2014) Tilskudd til musikkensembler 2014 (Internett) Kulturrådet Tilgjengelig fra: <http://www.kulturradet.no/documents/10157/5154e4c3-0f1a-48b0-8e84-e8e9700fd848> (Lest 1 april 2016)

Kulturrådet (2015) *Musikk i tall 2014*, Oslo, Hentet fra: <http://www.kulturradet.no/documents/10157/bd41abad-ef43-43f8-914f-97a11b0b5e20>

Kulturekonomi (Februar 2016) Stockholms kreativa ekonomi – Kulturella och kreativa sektorn i Stockholms län (Internett) Joakim Sternö, Tobias Nielsén Tilgjengelig fra: http://kultur.sll.se/sites/kultur/files/Kartlaggning_Stockholms%20kreativa%20ekonomi_SLL_20160208.pdf (Lest 15 mai 2016)

Morris, Jeremy Wade (2014) *Artists as entrepreneurs, Fans as workers*, Popular music and society 2014, Vol 37, No 3, 273-290.

Musiksverige (2012) *Musikbranchen i siffror 2013*, Sverige, Hentet fra: http://www.musiksverige.org/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/Musikbranchen-i-siffror_2011_Rapport-01432.pdf

Musiksverige (2013) *Musikbranchen i siffror 2012*, Sverige, Hentet fra: <http://www.musiksverige.org/wp-content/uploads/Musikbranchen-i-siffror-statistik-for-2012.pdf>

Musiksverige (2014) *Musikbranchen i siffror 2013*, Sverige, Hentet fra: http://www.musiksverige.org/wp-content/uploads/musikbrancheniisiffror2013_Webb.pdf

Musiksverige (2015) *Musikbranchen i siffror 2009 - 2014*, Sverige, Hentet fra: http://www.musiksverige.org/wp-content/uploads/MusikbranchenISiffror_2014.pdf

Okorochoa, Douglas (2011) *A Full 360: How the 360 Deal Challenges the Historical Resistance to Establishing a Fiduciary Duty Between Artist and Label*. UCLA Entertainment Law Review. Summer2011, Vol. 18 Issue 1, p1-31. 31p.

Pettersen, Jonas, Dagbladet (30 mars 2016). Marit Larsen dropper plateselskapene: - Ville føltes helt rart å fortsette (Internett) Tilgjengelig fra: http://www.dagbladet.no/2016/03/30/kultur/musikk/marit_larsen/43692197/ (Lest 1 april 2016)

Strand, Torodd (2007) *Ledelse, organisasjon og kultur* Bergen: Fagbokforlaget

Wang, P. og Nilsson, B. (2015) *Gruppepsykologi. En innføring i gruppepsykologiske prosesser i barnehage, skole og fritid*. Bergen, Fagbokforlaget

Vedlegg:

Intervjuguide

Intervjuguide

Om strukturer:

- Hvordan organiserer bandet ditt seg? (økonomisk / strukturelt)
- Opplever du bandet ditt som en organisasjon?
- Vil du karakterisere dere som en familie?
- Hvor avhengig mener du artister / band er av et apparat?
 - Har dette endret seg de siste årene?
- Hva betyr offentlige støtteordninger for deg / ditt prosjekt?
- Hva tenker du om at live-markedet er det viktigste for band og artister i Norge (jmfr Musikk i tall)
- Hvor lenge planlegger du for om gangen?

Om normer:

- Hvem rådfører du deg med?
- Opplever du at norsk musikkbransje er profesjonell?
 - Hvorfor / hvorfor ikke?
- Har din oppfatning av profesjonalitet endret seg de siste årene?
- Hvordan kan en endre dette?
- Opplever du at de største aktørene tar din situasjon på alvor?
- Opplever du at du som produsent av produktene som selges blir oppfattet som profesjonell

Om makt:

- Hvem føler du sitter med makt i dagens musikkbransje?
- Opplever du at du som rettighetshaver har mer makt enn andre i bandet?
 - Hvorfor / hvorfor ikke?
- Har dere bandkontrakt?
- Opplever du at du har makt over din egen karriere (økonomisk / strukturell) ?
- Hva betyr det for deg å ha makt over egen karriere?
- Opplever du at kontraktene du signerer er laget for at du skal forstå?