



UNIVERSITETET I AGDER
FAKULTET FOR KUNSTFAG

**Hvordan påvirker et ønske om låtandeler
produsentens kreative valg i studio?**

Simen Daniel Lindstad Børven

Veileder

Daniel Nordgård

*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 innestår for de
metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.*

Universitetet i Agder, 2016

Fakultet for Kunstfag

Forord

En stor takk til min kjære kone, Henriette Lindstad Børven, som har vist stor støtte, hjelp og forståelse i skriveprosessen - uten deg ville jeg ikke klart dette.

Jeg ønsker å takke min far, John Børven, som i god kristen ånd, motiverte meg ved å si: "Nå må du for helvete se til å få ferdig den faens master'n!".

En stor takk til mine intervjuobjekter, som forsetter å inspirere meg med sine lysende karrierer som produsenter og musikere. Takk til mine medstudenter som pionerte Music Management-linjen ved UIA: Lisa Blöndorn, Mohammad Maraghah, Lasse Fløtten Gammersvik, Mads Hatlevik, Nadia Jaboksen Myro, Solveig Knutsen og Arnstein Håkonsen. Takk til Daniel Nordgård, for veiledning, - og tro på at en som tar på seg for mye faktisk kan levere. Takk, min store helt og grunn for å studere ved UIA i utgangspunktet, Bendik Hofseth. Takk til mine forelesere; Roger Wallis, som var en bad ass i Pirate bay-dokumentaren, og Peter Jenner, som har lirt av seg uforglemmelige sitater. Takk til mine venner, øvrig familie, medprodusenter og bandmedlemmer, som er for mange til nevnes.

Denne oppgaven har vært en stor bidragsyter til at jeg har forandret fokus fra låtskriver- til produsentrollen.

Sammendrag

Musikkteknologi har endevendt musikkbransjen, fra produksjonsbånd til sluttbruker. Der man tidligere henvendte seg for å kjøpe musikk fra en forhandler, skriver man nå inn kredittkortinformasjon for å få tilgang til hele verdensrepertoaret via telefonen sin. Hvilken påvirkning har denne revolusjonen hatt på produsentrollen? Moderne produsenter jobber ikke kun på oppdrag fra et plateselskap, men ofte for artister som selv finansierer og eier innspillingen. Disse jobber gjerne sammen på et håndtrykk, uten noen satt avtale om kompensasjon i forkant. Nå som produsenter har fått et større kunstnerisk mandat med et mindre honorar - blir de noen gang fristet til å ta kreative grep for å øke sin låtandel?

Empirien er blitt til ved å dybdeintervjue to (2.) objekter, INT 1. og 2.

Jeg har anonymisert intervjuobjektene, i tillegg til navnene til artistene som blir diskutert. Oppgavens teoretiske grunnlag er hentet fra fagfelleverderte artikler og bøker, som omhandler kategoriene som ble trukket fra spørsmålene i intervjuene: Produsentens rolle, musikkteknologi og avtaler. Som metodisk fremgangsmåte har jeg valgt å ta i bruk Tjoras' SDI-modell. Ved å ha en stegvis-deduktiv induktiv tilnærming til empirien, viser jeg nærhet til dataen og den vitenskapelige prosessen. Jeg har derfor valgt å ikke legge ved intervjuguide og transkripsjoner, da gode deler av empirien blir godt representert i kapittel 4. og 5. Oppgaven konkluderer med at dersom det ligger et ønske om eierrettigheter i en sang, er det ikke motivert ut fra et økonomisk perspektiv. Kredibilitet er en valuta man aldri skal undervurdere i musikkbransjen, men man må ha til salt på maten. Disse verdiene, i kombinasjon med at produsenter fortsatt kan få honorar for sine tjenester, forhindrer dem i å ta "unødvendige" kreative grep for å øke sin andel.

Innholdsfortegnelse

Forord	2
Sammendrag	3
Figurer	6
Kapittel 1. Introduksjon	7
1.1 Bakgrunn for valg av tema	7
1.2 Problemstilling og forventning	9
1.3 Oppgavens oppbygging	11
Kapittel 2. Teoretisk grunnlag	12
2.1 Bransjens utvikling og tilstand	12
2.2 Hva er en produsent	15
2.3 Musikkteknologisk påvirkning	17
2.4 Produsentavtaler	19
2.5 Entreprenørskap og teknologi	21
2.6 Artisten som egenprodusent	23
2.7 Hva er opphavsrett	24
Kapittel 3. Metode	27
3.1 Forskningsdesign	27
3.2 Forskningsstrategier	28
3.3 Valg av metode	28
3.4 Rådatagenerering gjennom bruken av dybdeintervjuer	30
3.5 Transkripsjon – bearbeiding av rådata	31
3.6 Valg av intervjuobjekter	32
3.7 Validitet	32
3.8 Generaliserbarhet	33
3.9 SDI – metoden	34

Kapittel 4.	Presentasjon av funn	37
4.1	Systematisk bearbeidelse av rådata	37
4.2	Kategori 1. (Produsentens rolle)	39
4.3	Kategori 2. (Musikkteknologi)	41
4.4	Kategori 3.a (Avtaler, låtandeler)	45
4.5	Kategori 3.b (Avtaler, honorar)	47
Kapittel 5.	Analyse	52
5.1	Konfidensialitet	52
5.2	Kategori 1. (Produsentens rolle)	53
5.3	Kategori 2. (Musikkteknologi)	55
5.4	Kategori 3.a (Avtaler, låtandeler)	57
5.5	Kategori 3.b (Avtaler, honorar)	60
Kapittel 6.	Konseptutvikling og konklusjon	64
6.1	Oppsummering	64
6.2	Konseptutvikling	64
6.3	Konklusjon	68
Litteraturliste		69

Figurer

1.	Analog rettighet- og royaltystrøm	12
2.	Musikkmarkedet i skandinavia 2010-2013	14
3.	Leyshons' nettverksmodell	14
4.	Digital rettighet- og royaltystrøm	24
5.	Kvalitativ og kvantitativ forskning	29
6a.	Kvales' kvalitative aspekter, a)	31
6b.	Kvales' kvalitative aspekter, b)	31
7.	Tjoras' SDI-modell	37
8.	Ad hoc-modell	39
9.	Kodegenerert ordsky	40
10.	Potensielle rettighetsstrømmer	71
11.	Analog kompensasjonsmodell	73
12.	Digital kompensasjonsmodell	73

Kapittel 1. Introduksjon

1.1 Bakgrunn for valg av tema

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

(Frith, 1992, s. 176)

Etter endt bachelorutdannelse, våren 11’, startet jeg mitt profesjonelle virke som musiker. April 14’, ble jeg ringt opp av en kjent norsk artist som ble tipset av felles kolleger at jeg kunne skrive låter. Han ønsket at jeg skulle være “Simon til hans Garfunkel”, som han sa. Tidligere hadde jeg kun skrevet musikk i bandsammenheng, der jeg selv var med på å lydfeste og fremføre musikken - den delen kunne jeg. Denne gangen skulle jeg få være med på å skrive tekst og melodi uten videre engasjement i produksjons- og fremføringsfasen. Etter noen musikalske møter, inngikk vi låtavtalen:

- Jeg var ikke berettiget til å motta honorar for mine tjenester
- Jeg fikk ingen garantier for at mine ideer ville bli brukt (Spekulativt arbeid)
- Dersom mine ideer eller låter ble brukt, skulle jeg bli rettfærdig kompensert i form av låtskrivingsandeler.

Jeg takket ja - han var jo et husholdningsnavn. Våren 2014 startet vi det praktiske samarbeidet. Før hvert møte sendte jeg mine låtideer via. appen, 'Evernote', som dokumenterer tekst og opptak med tid og sted. Da han hadde hørt og vurdert den respektive ideen, avtalte vi å møtes i artistens hjem. Arbeidsflyten var god og vi var begge enige i at jeg hadde truffet en nerve i hans artisteri. Da jeg hadde ferdigstilt tre låter, bestemte vi oss for å prøve ut komposisjonene med et live-band i Skien, sommeren 14’.

Så langt var begge parter fornøyd med samarbeidet. En popstjerne sang min musikk - og jeg eide alle rettigheter!

Artistene sendte inn låtene til sitt management og plateselskap. De ble enige om at én av tre (1/3) låter var klare til innspilling i studio. Sommeren 14’ fikk jeg en telefon der artistene sa

han hadde fått klarsignal fra selskapet, men at han ønsket å skrive om teksten fra engelsk til norsk. Jeg sa meg ikke enig i at låten trengte det, men utover i samtalen ga jeg min muntlige tillatelse til at han kunne forsøke å oversette teksten eller gi den nytt innhold på norsk.

Med dette sa jeg meg enig i å gi bort femti prosent av rettighetene til verket, i henhold til tekstforfatterandelen fastsatt av TONO:

- § 10 Hovedregler - (2) Komponistandelen utgjør opphavsmannsandelen med fradrag av de andeler som eventuelt tilfaller andre opphavsmenn til musikkverket etter § 11, 12 og 13. (...)
- § 13 - (5) Tekstforfatterandelen utgjør halvparten, ($\frac{1}{2}$), av verkets totale andeler.

(Fordelingsplan, 2010)

Et par måneder etter den nye avtalen ble gjort, (28.10.14), sendte jeg en SMS til artisten og spør hvordan det går og jeg kom med et forslag til ny skriveøkt - han svarer:

“Yo! Holder på å skrive om ‘Engelskspråklig låt’ til norsk (...). Rekker kanskje å spille inn en kjapp versjon i dag. Tema i teksten er forandret, men melodien er den samme.”

To dager senere ble jeg tilsendt et nedstrippet utkast av låten vi hadde jobbet med. Denne versjonen var helt opplagt spilt inn et profesjonelt lydstudio - her det var ikke bare teksten som var blitt forandret. Jeg kontaktet artisten for å forhøre meg om hva han tenkte om det. Artisten sa han hadde samarbeidet med en kjent norsk produsent om teksten til låten, men store deler av arrangementet var omgjort og taktarten var blitt forandret. Jeg syntes at arbeidet med låten tok en kreativ vending som ikke var en del av vår originale avtale, men jeg ønsket ikke å bremse prosessen - jeg sa meg enig i en ny muntlig avtale:

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

Høsten 15' traff jeg artisten tilfeldigvis på bussen på vei til Oslo. Jeg ble overrasket da han ga meg headsettet til gjennomlytting av den nye versjonen av låten jeg hadde skrevet. Nye forandringer var blitt gjort og han sier han for øyeblikket jobber med et nytt produksjon og bransjeteam. Vi snakket litt om vår muntlige avtale, men glei fort over i andre samtaleemner.

Jeg ba han om å sende meg låta på mail, men jeg fikk den ikke før vinteren 15'. Mot slutten av året mottok jeg en e-post med låten som vedlegg, der jeg blir bedt om å redegjøre for mitt bidrag. Jeg skjønnte fort at det var mange mennesker som har vært involvert i skrivingen - til og med artistens manager skulle ha en liten bit av rettighetskaka. Jeg svarte på fellesmailen med å legge ved tre øvingsopptak med datomerking i kronologisk rekkefølge, samt en skriftlig formulering av vår muntlige andelsavtale. Jeg tenkte at jeg sto på trygg grunn, da jeg hadde vært nøye med å dokumentere prosessen. I tillegg til dette nevnte jeg vår avtale om vår femti femti-splitt, der andre bidragsytere som ble engasjert utenfor min kontroll, skulle få av artistens del. Som svar, fikk jeg en skriftlig bekreftelse på at den muntlige avtalen vi inngikk er korrekt, men at låten er såpass forandret at artisten ikke lenger synes det er rettferdig at andre involverte tar andeler fra hans splitt (50/50). Foruten bidrag fra flere tekstforfattere, hadde produsenten forandret taktarten fra fire-feeling i 6/8 delstakt, til triolbasert 4/2-delstakt. En meget, teoretisk sett, svak forandring som han begrunnet med 'Arrangørerandelen' i TONOs' fordelingstabell (Fordelingsplan, 2010). På grunnlag av at han hadde forandret taktart, skulle han nå ha rett på trettitre prosent (33%) av verket. Jeg svarte at jeg ønsket å holde meg løsningsorientert, men at jeg ville vite rekkefølgen i de kreative bidragene slik at jeg kunne ta en veloverveid vurdering. Jeg fikk ingen respons - mailtråden stoppet opp. Året gikk mot slutten og jeg ringte artisten for å forhøre meg om status. Jeg fikk ikke svar på min forespørsel om de involvertes bidrag, men han nevnte at låten skulle slippes i desember. Da nyåret nærmet seg, fikk jeg beskjed om at slippet skulle utsettes til januar, 16'. Per dags dato er andelsavtalen fortsatt på vent og status om utgivelse er uviss.

1.2 Problemstilling og forventning

Hvordan påvirker et ønske om låtandeler produsentens kreative valg i studio?

Da produsenten i historien over begrunnet sitt krav om store låtandeler, fordi han hadde forandret taktart, ble jeg forundret. Som utdannet musiker vet jeg godt hva som teknisk sett skjedde. Etter å ha røket på smell etter smell, i samarbeid med band og artister - og mange nok seminarer som oppfordrer læring via. feiling, bestemte jeg meg for å forsøke å finne mitt problem i et levd liv.

Min problemstilling avgrensner produsentbegrepet til en kreativ kraft i studio, i tillegg til å være en tilrettelegger for innspillingen. Formuleringen tar et utgangspunkt i at produsenter er interessert i å ta kreative valg basert på ønsker om låtandeler. Låtandeler er rett og slett

eierrettigheter som kan fordeles på flere eiere. Rettigheter er et sterkt og politisk ladet ord i dag, og det brukes om hverandre i humanitære og forretningsmessige sammenhenger.

“The lines start to blur; I get so confused, I get shiny new models mixed up with the blues, I get binary code mixed up with abuse. The facts are simply one option to choose.”

(Switchfoot, 2011)

Før kinofilmen eller DVD-en startet, som vi selvsagt hadde leid eller kjøpt i butikken, husker mange i min generasjon reklamen: *“Piracy, its a crime!”* (Piracy, it’s a crime, 2005). Dette er en av mine assosiasjoner til eierrettigheter - noe omstridt som gjerne blir forbundet med kriminalitet. Det er et tankekors at jeg møter på disse tankene i mitt profesjonelle liv, da jeg fort får en dårlig smak i munnen av tanken på å forhandle rettigheter. Disse tankene gjorde at jeg først var skeptisk til formuleringen. Jeg så det som et ledende spørsmål, men jeg har endt opp med at problemstillingen inneholder en tese som enten blir bekreftet eller motbevist etter analysen. Jeg valgte overnevnt problemstilling fremfor en ja/nei-formulering som ble lite eksplorativ i lengden: *Tar produsenter kreative valg i studio basert på et ønske om låtandeler?*

Basert på min erfaring, er det opplagt at produsenter er klar over sitt kreative mandat i studio, men har det alltid vært slik?

Å identifisere nøkkelbegrep hjelper når en skal utforme forskningsspørsmål (Johannessen & Tufte, 2002, s. 46-47).

Hvilke avtaler og normer styrer prosessene? Opererer produsenter som får store honorarer med mindre kreativ input? Er dette en del av “nye produsentavtalen”, der kompensasjon i form av låtrettigheter erstatter forskuddet fra plateselskapene?

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

“All who work in the music industry want to be presieved as more sucessful than they really are - including me”.

Det kan jeg tro på. Som mange andre i musikkbransjen, er jeg avhengig av å ha et bredt spekter av ferdigheter for å ikke brenne meg ut, samt ha til salt på maten. Låtskriving har vært én av mange geskjeftigelser under min “musikkparaply”. Slik er det for mange som jobber i et lite musikkmarked. Vi i musikkbransjen lever i en spenning mellom symbiose og konkurranse. Noen ganger har jeg opplevd følelsen av at gode venner og kollegaer har stukket av med en “større del av kaka”, enn det jeg opplever som rettferdig. Ofte begrunnes disse svært tekniske i etterkant av prosjektet, andre ganger med en fast avtale i forkant. “Det er ideen og viktigheten av den, som avgjør størrelsen på bidraget - ikke hvor mye tid man har lagt ned i et prosjekt.”

Noe som selvfølgelig er et valid argument - et argument jeg har hørt mest fra mine venner som jobber som produsenter.

Jeg oppsøkte to av disse for å finne svar.

1.3 Oppgavens oppbygging

Videre i oppgaven beveger jeg meg vekk fra erfaring over til vitenskap. Jeg har startet med å presentere min historie og bakgrunn for valg av tema og problemstilling. Videre vil jeg presentere teoretisk grunnlag med avklaring, metode, kategorisering av resultater og koder, analyse og oppsummering med konklusjon.

Kapittel 1: Introduksjon - Bakgrunn for valg av tema.

I dette kapittelet skildrer jeg konteksten bak valg av tema og problemstilling. Dette er for å gi leseren større nærhet til min og intervjuobjektene levde verden.

Kapittel 2: Teoretisk grunnlag.

I det andre kapittelet setter jeg det teoretiske rammeverket for oppgaven, der jeg presenterer og definerer hovedtemaene i forskningsspørsmålene. Først definerer jeg produsentens rolle og dens historikk, så beveger jeg meg inn på musikkteknologisk utvikling, før jeg til slutt tar for meg intellektuelle rettigheter og avtaler.

Kapittel 3: Metode.

I denne delen begrunner jeg valg for forskningsmetodikk, diskuterer valget og presenterer SDI-modellen jeg jobber etter i kapittelet 4.

Kapittel 4: Kategorisering av resultater.

I dette kapittelet beskriver og demonstrer jeg data ved bruk av ad hoc-modellen som er myntet på Tjoras’ SDI-metode (Tjora, 2010, s. 156).

Kapittel 5: Analyse og konseptutvikling.

Her drøfter jeg resultatene fra kapittel 4. i lys av teorien i kapittel 2.

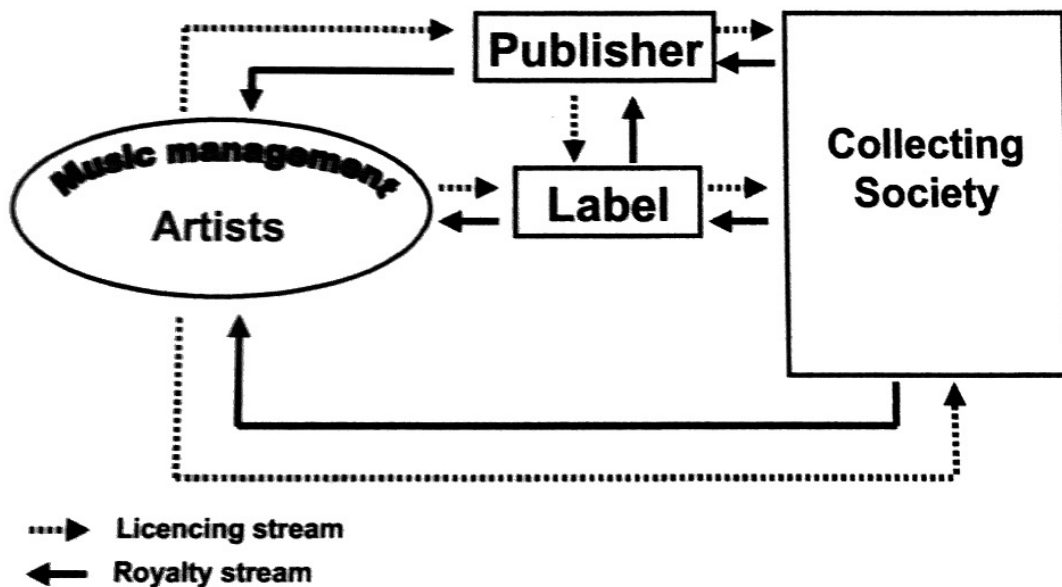
Kapittel 6: Oppsummering og konklusjon

I det avsluttende kapittelet resonnerer jeg rundt konseptene fra det foregående kapittelet og avgir en konklusjon i henhold til problemstillingen.

Kapittel 2. Teoretisk Grunnlag

2.1 Bransjens utvikling og tilstand

I det gamle paradigmet fløt pengestrømmene stort sett fra plateselskapet og forlagene. De største selskapene hadde store PR- og markedsavdelinger og konserter ble ofte regnet som en salgsplattform for CD-en.



Figur 1.

(Tschmuck, 2016, s. 15)

Jo større selskap, jo bedre. Dersom en artist fikk kontrakt med et stort plateselskap, betydde det store produktbudsjett og forskudd - I tillegg til en prosentsplitt per solgte enhet, etter produktet hadde betalt for seg selv. Denne næringskjeden har plateselskapet og forlaget i fokus, der artisten er avhengig av store distribusjonsnett for å nå sluttbrukeren med sin musikk. Som et resultat av teknologisk utvikling, nådde "salg over disk"-epoken et kritisk

punkt. Denne utviklingen fjernet begrensningene i den analoge modellen. Musikkindustrien er en av de første bransjene som har blitt endevendt av det digitale skiftet. I overgangen fra fysisk produkt til digitale filer, har det skjedd en revolusjon i bransjens næringskjede. Kraften bak det nye formatets immaterialisme, har utkonkurrert sine fysiske forgjengere som er av høyere lyd kvalitet. "Peer-to-peer"-fildeling tok av da 'Napster' ble etablert i 1999 og internetthastigheten gikk opp. Dette førte til at folk delte gratis musikkfiler over nettet. (Liebowitz, 2005). Massive ressurser, fra den etablerte musikkbransjen, ble iverksatt for å stanse denne revolusjonen. I stedet for å se nye modeller og muligheter til økonomisk vekst, kjempet selskapene en bitter strid - ofte mot privatpersoner (Moreau, 2013, s. 18).

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

(Wikstrøm & DeFillippi, 2016, s. 2)

Siden den gang har teknologiutviklere, som 'Apple', tatt over store markedsandeler. Gjennom å lansere nettbutikker som 'iTunes Store' (2003) og portable enheter som 'Ipod' (2001), for kjøp og nedlasting av musikk, har teknologiselskapene utnyttet vakuemet skapt av plateselskapene. Siden iTunes' opprettelse har det blitt lastet ned over 25 milliarder sanger (Apple, 2013).

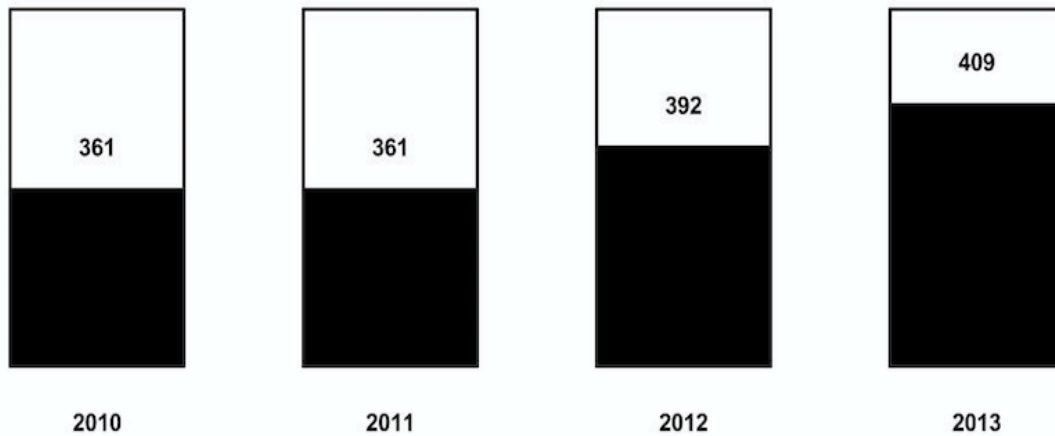
Disruptions in the production of creative goods and services have important ramifications for the continued health of the creative sector of developed economics.

(Wikstrøm & DeFillippi, 2016, s. 88)

De digitale leverandørene har nå fått rollen som portvakt til kundene.

I tillegg til nettbutikker kan man nå streame musikk via tjenester som 'Spotify'. Siden lanseringen i 2008 har de tatt over sytti prosent (70%) av musikkmarkedet i Skandinavia, som blir regnet som en av verdens mest avanserte markeder for strømming.

Musikkmarkedet i Sverige, Norge og Danmark 2010 - 2013 (US\$, Millioner)



Figur 2.

(IFPI, 2013)

Som abonnementsdrevet tjeneste, har Spotify tatt betydelige markedsandeler fra iTunes, da antall nedlastede låter flatet ut og startet å peke nedover dette året (Nordgård, 2016, s. 175).

Wickström (2009) diskuterer flere forskjellige modeller som forsøker å gi et bilde av hvordan musikkbransjen ser ut. Leyshon (2001) argumenterer med at musikkbransjen består av nettverk med distinkte, men overlappende funksjoner som kan gli inn i hverandre:

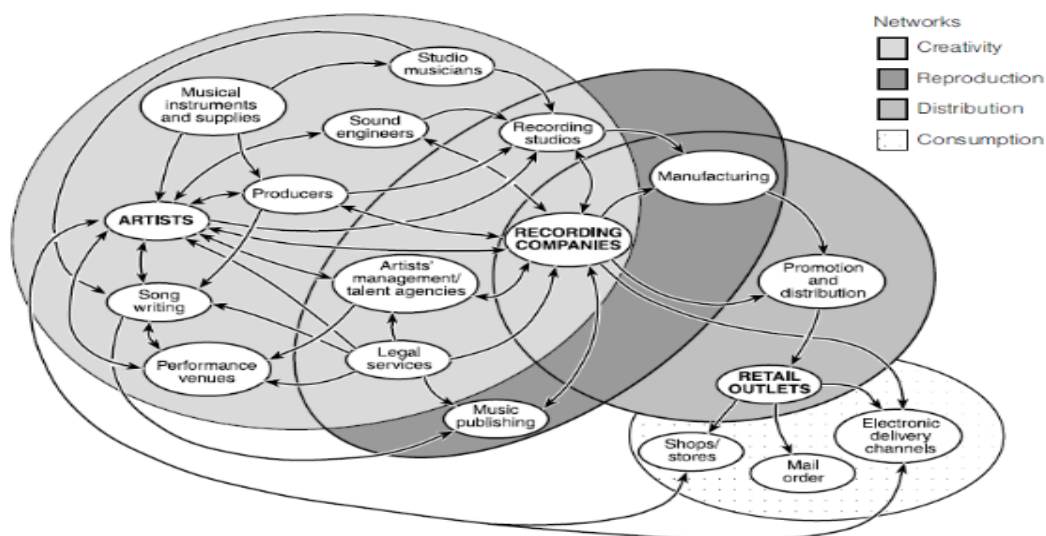


Figure 1. Leyshon's (2001) Musical Networks.

Figur 3.

Hensikten med denne komplekse nettverksmodellen, er at den kan være til hjelp til å få oversikt og sammenheng mellom aktørene i bransjen.

Modellen er spesielt nyttig for å analysere nye teknologiers påvirkning på bransjen. Videre sier han at vi står overfor “(...) the emergence of a new technological assemblage within the music industry (...) organized around software formats and internet distribution systems” (Spilker, 2012).

2.2 Hva er en produsent

Innholdet i produsentbegrepet har forandret seg i takt med teknologisk utvikling. Etter hundre år med masseproduksjon av musikk er begrepet mindre satt enn tidligere. En produsent vil definere sin rolle ut ifra en mengde kriterier:

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

(Technology Today: Bob Power, 2008)

Et sentralt kjennetegn for en produsent er viljen og evnen til å samarbeide.

Mange produsenter starter som studioteknikere eller musikere, gjerne trommeslagere og bassister, eller andre roller innenfor musikk som er relativt uselviske – men, det betyr ikke at alle produsenter er lette å jobbe med. Mange produsenter er kjent for å bruke friksjon i samarbeidet som en bevisst ingrediens for å få det beste ut av artisten. Foruten å organisere timeplan og økonomiske aspekter ved innspillingen, er det produsentens oppgave å jobbe frem et godt produkt for plateselskap og artist. Avtalene går tradisjonelt gjennom plateselskapet som finansierer innspillingen de ender opp med å eie. Derfor har plateselskapene en tendens til å engasjere produsenter som dekker de ansvarsområder som de ser som viktige for å gjennomføre et prosjekt. Artister vil ofte argumentere for å engasjere “kreative produsenter” fremfor “business produsenter” (Burgess, 2001).

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

(Buskin, 2007)

Alle produsenter, uansett spesialisering på feltet, er kreative. Her er 'kreativ' begrenset til en kunstnerisk forstand, der produsenten blir en slags "artist for artisten". Et eksempel på en slik produsent er Les Paul. Han blir regnet som en av de mest nyskapende produsentene gjennom tidene. Gjennom sin visjonære tenkning, i krysningen mellom teknikk og musikk, oppfant han konseptet "Overdubbing". Dette er en studioteknikk som gjør at musikeren kan legge lag på lag med lyd med det samme instrumentet. I 1951 gjorde Les Paul og Mary Ford innspillingen, 'How High The Moon', der Les spilte alle gitarer og Ford sang inn alle stemmene på tape (Buskin, 2007).

I stedet for et innspillingsrom fullt av gitarister og korister, kunne de nå spille inn alt selv ved hjelp av overdubbing. Studioteknikeren og gitaristen, som tidligere hadde som oppgave å fange soniske hendelser, ble i dette øyeblikket forvandlet til en kreativ kraft som kunne produsere et kunstig lydbilde uten behov for liveopptak av hele orkestre. På femti-til sekstitallet, ble musikk i stor grad lydfestet ved at musikere og orkestre spilte inn live i studio. Overdubbing var en begrenset teknikk som produsenter benyttet til vokal- og tilleggsopptak mot slutten av en produksjon. Plateselskapene har alltid hatt i sin interesse i å ha lavest mulig produksjonskostnad for så høy avkastning som mulig. Dette har i mange tilfeller holdt igjen studioteknisk utvikling:

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

(Burgess, 2001, s.116)

En produsent er ikke nødvendigvis en supermusiker eller visjonær kunstner, men de kan bli valgt som prosjektleder og mellommann, basert på sin forretningsmessige sans og samarbeidsevne. Dette er på ingen måte et mindreverdige fokus enn det til den kreative produsenten, men orienteringen dreier seg mest rundt drift og produkt plassering. Denne typen har gjerne skarpe instinkter i å sette sammen team for å skape produkter som er godt egnet for en spesifikk målgruppe, gjerne engasjert av plateselskapet artisten er signert til (Burgess, 2003).

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

(Huber & Runstein, 2014, s. 21)

2.3 Musikkteknologisk påvirkning

Studioene har alltid slitt med omstilling, da det befinner seg i krysningen mellom teknologisk og kreativ utvikling. Lydstudioet er til for å lydfeste musikk, men siden Beatles’ ’Sgt. Pepper’ og Beach Boys’ ’Pet Sounds’, er eller kan det, bli regnet som et instrument. (Martin. G, 1994) Frem til femtitallet hadde plateselskapene full kontroll på produksjon og de eide gjerne ’in-house production studios’. Dette forandret seg, da utenforstående og selvstendige studioer tok større markedsandeler på produksjonsfronten, i sammenheng med de voksende stilartene i populærmusikken (Wikström & DeFillippi, 2016) Samtidig åpnet teknologien opp for at produsenter kunne etablere sine egne prosjektstudioer, der de var frie til å leke med lyd. Disse “kreative produsentene” ble pionerer for de digitale “soveromsprodusentene” som kom til på 80-90-tallet:

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

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

Software og digitale nyvinninger er en voksende bransjestandard og har vært med på å dytte en analog og kriserammet bransje enda lenger i uføre. Dette har ført til en ny debatt vedrørende intellektuelle rettigheter, blant annet fordi nye studioteknikker har gjort det lett å “sample”, eller låne utsnitt fra eksisterende musikk, for lage nye ”beats” og sanger.

Falling recording budgets - along with competition from a new generation of producers working out of home studios using computer recording software - would impact negatively upon the recording studio sector.

(Watson, 2016, s. 95)

Musikkteknologien har i standgjort en ny generasjon musikkprodusenter som ikke har klatret den hierarkiske stigen i et klassisk studio. I stedet for å starte som løpegutt eller tekniker i et profesjonelt studio, har disse startet rett på med egne midler og utstyr. Henrik Storstein Spilker gjennomførte en bred case studie om digital musikk distribusjon i en norsk kontekst (Spilker, 2012).

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

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

(Spilker, 2012, s. 9)

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

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

(Jackson, 2014, s. 21)

Dave Grohls' dokumentar om studioet 'Sound City' (Grohl, Rota & Ramsay, 2013), tar for seg historien om det legendariske studioet og dens analoge 'Neve console'. Historien er preget av det digitale skiftet, der en tidligere medarbeider i studioet trosset sin tidligere

arbeidsgiver ved å opprette et digitalt studio på andre siden av gaten. Historien er en sentimental en, der ‘Foo Fighters’ frontfigur idealiserer det analoge studioet. Da Spilkers’ intervjuobjekter ble bedt om å sammenligne fordelene med det hjemmebaserte nettverksstudioet med det profesjonelle, viste det seg at alle favoriserte det sistnevnte. I motsetning til alle hevdelser, ble det profesjonelle studioet sett på som bedre utrustet, da det består av mer hardwareutstyr. De unge, gryende produsentene ser sine plugins og lyd simulatorer som kopier av den “ekte varen” en kan finne i profesjonelle studioer:

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

(Spilker, 2012, s. 13)

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

2.4 Produsentavtaler

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

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

(Burgess, 2001, s. 150)

Noen produsenter tar ikke royalties av salg, da de hevder at det gjør artisten enda fattigere:

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

(Albini, 2000, s. 69)

Andre argumenterer med at deres sound som produsenter er så viktig for platen at mange kjøper albumet basert på samarbeidet (Brown, 2009).

For å få innblikk i standardiserte kontrakter i det norske markedet, kontaktet jeg en advokat i Artistorganisasjonen 'Gramart':

“ (...)I tilfeller der dere blir kontaktet av artister med spørsmål om "Hva som er vanlig" i en avtale med produsenter - Hva svarer dere da? Har du en mal du går ut i fra?” (05.09.2016)

Advokaten svarte:

“ (...) Vi har aldri har hatt noen egentlig standard produsentavtale som har vært tilgjengelig for medlemmer. I min tid her (siden 2008) har vi hatt 4 standarder: en artist-, lisens-, management- og forlagsavtale.

Når det er sagt, har jeg jo utarbeidet en del produsentavtaler i løpet av de 8 årene jeg har jobbet her. Jeg kan godt sende deg en slik, hvis det er interessant?” (07.09.2016)

Kontrakten jeg fikk sendt over ble anonymisert og slettet for informasjon som kunne være med på å gi en indikator på rettighetssatser og honorar. Kontrakten ble formulert på vegne av en kjent norsk artist og produsent, men jeg vet ikke hvem de er. Kontrakten inneholder ti punkt der det skilles mellom honorar og rettigheter:

5 KOMPENSASJON

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

8 RETTIGHETER I DET INNSPILTE VERK

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

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

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

Her er det artisten som blir ansvarliggjort for oppmelding av verksrettigheter til TONO. Det blir ikke spesifisert hvilke prosenter som fordeles mellom de involverte partene (A, B, C). Punkt 8. regulerer først og fremst utnyttelse av innspillingen, men legger opp til at det kan ha vært artist, ekstern låtskriver og produsent som deler verksrettighetene.

Til sammenligning med internasjonale kontrakter har ikke denne en “Overage clause”. Dette er en klausul som legger ansvaret av produksjonskostnadene på produsentens skuldre. Dersom prosjektet går over avtalt budsjett (gjerne 10% eller mer), blir dette tatt ut av produsentens honorar eller salgsrettigheter (Burgess, 2001, s. 116). Årsaken kan være at produksjonsavtalen er gjort på utsiden platekontrakt, da artisten er arbeidsgiver og ikke plateselskapet:

4 TILGJENGELIGGJØRING AV INNSPILLING

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

2.5 Entreprenørskap og teknologi

Forskudd for plateproduksjon er fortsatt i plateselskapenes domene, men nye modeller har dukket opp i farvannet av internett.

“Crowdfunding” er tilrettelegging for at artister kan legge ut et prosjekt på nettsteder som

Newjelly, Kickstarter og Indiegogo, slik at publikum kan donere en valgfri sum for å få realisert det (Indiegogo, 2016, 15.11).

‘Leprous’, et av bandene jeg spiller i, la ut et prosjekt via. Indiegogo.com med stor suksess, våren 2016. Bandet laget og lastet opp en video der vokalist, Einar Solberg la frem prosjektet for fanbasen. Bandet fikk delfinansiert prosjektet med forskudd og distribusjon fra plateselskapet, ‘InsideOut’, men for å få nok likviditet til å gjennomføre prosjektet, fikk bandet finansiell støtte fra fans via. crowdfunding-siden, ‘Indiegogo.com’. Bandet etterspurte 20.000 € (Euro) i støtte fra fanbasen (Leprous, 2016, 23.02).

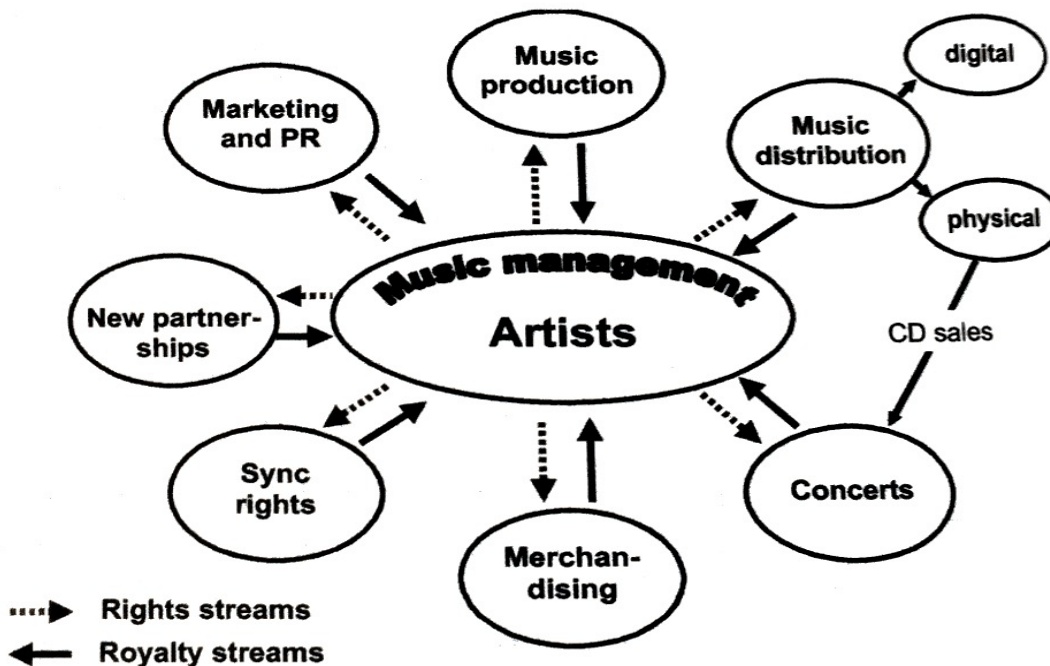
Bandet fikk inn 25824 € fra Indiegogo og 5000 € fra plateselskapet, ‘InsideOut’. Det samlede forskuddet til produksjonen endte opp på 30824 € - 129% av ønsket beløp. I realiteten ser regnestykket litt annerledes ut, da Indiegogo og Paypal tar 5 % hver, i tillegg til fraktekostnader av forhåndskjøpte varer. Realbeløpet på forskuddet ble totalt 24143 €. Uten fansen ville ikke prosjektet blitt gjennomført, men det er opplagt at modellen ikke favoriserer band som ikke har en satt fanbase.

’Ikosom-studien’ (2012) så nærmere på ti album som ble tilbudt støtte i tidsrommet Juni 2010 - April 2011, på seks forskjellige crowdfunding-plattformer. Kun tre av ti fikk støtten de søkte om. Studien indikerer at crowdfunding ikke kan erstatte de tradisjonelle forskuddene fra plateselskapene, men heller være et tilskudd for å realisere prosjekter og for å komme nærmere fansen (Wikström & DeFillippi, 2016).

The falling recording budgets of record companies have resulted in severe economic pressures for studios, and in particular on larger recording studios that have traditionally relied on recording projects commissioned and funded by these companies.

(Watson, 2016, s. 97)

2.6 Artisten som egenprodusent



Figur 4.

(Tschmuck, 2016, s. 16)

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

(NORA, 25.01.2016)

Begrepet 'egenprodusent' betyr det ikke nødvendigvis at artisten ikke benytter seg av en kunstnerisk produsent til innspilling, men at det ikke er et plateselskap som finansierer, engasjerer og eier selve innspillingen. Dette er en økende tendens i markedet - artister ønsker selv å ha kontroll over sine innspillinger (master tapes). Mange egenprodusenter velger allikevel å leie ut, eller lisensiere, innspillingen til et plateselskap med et godt distribusjonsnett.

Organiseringen av NORA er motivert ut ifra et forhandlingsmotiv:

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

2.7 Hva er opphavsrett

Opphavsrett til intellektuelle eierrettigheter, (Copyright), er et fastsatt eierskap til kreative verk, beskyttet av loven. Skaperen eller eierne av verket forebeholder seg den eksklusive retten til å utnytte og profitere fra verket (Moser & Slay, 2014).

Mange typer kreative verk har beskyttelse under loven:

Sanger, lydopptak, filmer, foredrag, TV-serier, teaterstykker, dansekoreografi, bøker, poesi, fotografi, maleri, skulpturer, dataprogram, hjemmesider, oversettelser og bearbeidelser av verk som er nevnt foran (Åndsverksloven, 1961). All distribusjon, kopiering, reproduksjon og annen utnyttelse av disse, er beskyttet under internasjonale konvensjoner og nasjonale lover.

Det finnes to brede kategorier for eierrettigheter:

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

(Beskyttelse av immaterielle rettigheter, 2010-2011)

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

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

(Moser & Slay, 2014, s. 2)

Før opphavsrett ble et internasjonalt tema på 1700-tallet, var de fleste som jobbet innenfor kunst sett på som håndverkere som jobbet frem mot et produkt de kunne selge - ikke en idé de kunne eie. I starten av vår tidsregning åpnet det seg et marked for bøker i Romerriket. Slaver stod for transkripsjon og reproduksjon av tekstene som ble kopiert, men ofte ble historier, sagn, poesi og musikk muntlig tradert. I de greske statene fremførte skaperne sine verk for offentligheten. I stater som Athen var det ikke noe lovverk som beskyttet deres opphavsrett. Dette førte til at opphavspersonene ble avhengig av statlig sensur for beskyttelse av sine verk. Selv om det ikke var noe satt lovverk som beskyttet intellektuelle rettigheter, eksisterte det en idé om at verkene til opphavspersoner måtte vernes om. Lovfestet opphavsrett er på mange

måter en forsinket respons til en av verdens største revolusjoner, 'Gutenbergpressen' (Towse, 2010 s.195).

Etter at masseproduksjonen av printet tekst ble effektivisert, var en av resultatene at flere bøker ble tilgjengelig for offentligheten - hvem som skulle få rett til å profitere fra alle kopiene som ble solgt?

Denne problematikken ble igjen aktuell da internett tok verden med storm - hvordan og hvem skulle ha kontrollen over verkene? Forfattere eide ikke rettighetene til verkene sine i tiden som fulgte etter Gutenbergpressen. Forlag kjøpte retten av forfatterne slik at de kunne sitte med eierskapet av bøkene de solgte og distribuerte. Samtidig med dette drev mange nasjoner og stater sensur av verk for å få kontroll over hva som ble skrevet av politisk og religiøs natur. I England måtte forlagene søke en lisens, 'The Licensing Act', for å ha lov til å trykke og distribuere bøker. Disse forlagene organiserte seg i lauger for å unngå konkurranse. Dette bidro til å skape et monopol i markedet, da de favoriserte trykkere som publiserte litterære verk som ikke trosset styresmaktene. Da 'The Licensing Act' utgikk i 1694, ble laugenes virksomhet konkurransutsatt. Disse startet lobbyvirksomhet inn mot kongressen i England, med et mål om å gjenvinne monopolet i markedet. Laugene argumenterte blant annet med at opphavspersonene trengte insentiv til å skape. Dette argumentet ble hovedkatalysatoren bak verdens første lov om opphavsrett, 'Statutes of Anne' (Moser & Slay, 2014). I starten av 1700-tallet, da det politiske klimaet i Storbritannia myknet opp, la parlamentet frem et lovforslag som skulle beskytte opphavsmenn og deres familier – ”Statutes of Anne: *‘An Act for the Encouragement of Learning, by vesting the Copies of Printed Books in the Authors or the Purchasers of such Copies, during the Times therein mentioned’*”.

Denne loven ga opphavspersonen rett til fjorten år med beskyttelse av verket, i tillegg til 14 nye år, dersom opphavspersonene fortsatt var i live. Hensikten med denne inndelingen, var at verket skulle tilfalle opphavspersonene, ikke forlagene, etter at retten til utnyttelse av verket gikk ut. På denne tiden var det meget kostbart å printe og distribuere verkene ut i markedet, derfor solgte mange forfattere rettighetene sin til forlag, som fortsatt var organisert i lauger. Overtredelse av denne retten skjedde dersom et annet forlag printet eller distribuerte verket til forfatteren. 'Statutes of Anne', var en mer begrenset lov om opphavsrett enn moderne lover, da den kun beskyttet printingen og salg av bøker og ikke musikk. Det skjedde ikke før 1842, da 'Victoria Statutes' ble implementert i det engelske lovverket (Frith & Marshall, 2004). Frem til etableringen av den multinasjonale avtalen, 'Bern-konvensjonen', var det nasjonale ordninger og begrensede regionale avtaler som beskyttet retten til kreative verk. 'Bern-

konvensjonen', som nå blir administrert av 'WIPO' (World Intellectual Property Organization), var den første gjennomgående og internasjonale avtalen som kom på plass i verdenssammenheng. Hovedprinsippet bak unionen er at alle medlemslandene gir den samme rett til beskyttelse, uansett nasjonalistisk opphav. Den la også føringer for minimumskrav til nasjonal lovgivning for medlemslandene - blant annet beskyttelsens levetid og fordeling av rettigheter mellom forlag og opphavsperson (Moser & Slay, 2014). Bern-konvensjonen har vært igjennom flere revisjoner. I Paris-revisjonen (1971) ble det lagt til vedlegg i konvensjonen som etablerer et spesielt regime for utviklingsland. I 1995 ble konvensjonen i stor grad påvirket av en internasjonal avtale gjort av Verdens Handelsorganisasjon: 'World Trade Organization Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights', (TRIP). Denne avtalen flyttet internasjonal opphavsrett til WTOs' domene. TRIP forlenget og moderniserte medlemslandenes forpliktelse til avtalen, som nå skulle gjelde for dataprogram, utleierettigheter, fremføringsrettigheter, fonogramprodusenter og kringkastingsorganisasjoner. For at WIPO igjen kunne ta tilbake noe av kontrollen som tilfalt WTO som følger av TRIP, etablerte de en opphavsrettraktat under Bern-konvensjonen i 1996. Denne traktaten hadde også et mål om å ta for seg opphavsrett i lys av digitalisering (Cane & Conaghan, 2009). I forskningsartikkelen til Klimis og Wallis (2009), diskuterer de hvorvidt dagens rettighetslovgivning er til hinder eller insentiv til å skape i en teknologisk virkelighet. Diskusjonen definerer artistisk arbeid som entreprenørskap. Det finnes forskjellige modeller som forsøker å forklare motivasjonene bak å skape. Throsby (2001) argumenterte med modellen om økonomisk kompensasjon og kredibilitet som valuta. I følge han kan man forvente å plassere artister i den ene eller andre ekstremen, men oftest vil man finne artister eller skapere av musikk, et sted i mellom disse ekstremene. Artister ønsker å "leve av å skape" uten å gå på kompromiss med deres artistiske integritet. For å skape et helhetlig produkt konstaterer artikkelen at artister er villige til å gi fra seg penger og kontroll for å realisere sin kunstneriske visjon. I en fysisk verden er disse tjenesteyterne verdifulle for å gi artistens produktet en verdi. I den digitale virkeligheten er mange, om ikke alle, blitt erstattelige. Dette frigjør artisten til å sette sammen sin egen produksjonsrekke for å skape et produkt. Artister ser nå mulighetene til å skape sin egen modell med hjelp av nye mellommenn i musikkmarkedet (Klimis & Wallis, 2009).

Kapittel 3. Metode

”(...) The term *method* originally meant *the way to the goal*. *With no goal stated, it is difficult to show the way to it.*”

(Kvale, 1996, s.179)

3.1 Forskningsdesign

Etter jeg hadde skrevet eksamen i masteremnet ME-406, teori og metode, høsten 2015, ble oppgaven jeg hadde tenkt å skrive noe omdefinert. Da jeg gjorde et litteratursøk om tema og vitenskaplig metode, fikk jeg mistanken om at produsenten, ikke låtskriveren, var nøkkelen til funnene jeg var ute etter. I etterkant av innleveringen av masteremnet ME-406, bestemte jeg meg for å skifte fokus fra låtskriver/artist- til produsentrollen. Selv om jeg måtte finne en ny problemstilling og nye intervjuobjekter var tema det samme.

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

(Ringdal, 2013, s.93)

Designet legger føringer for hvordan forskningsprosessen skal se ut.

På bakgrunn av teori og empiri, legger designet premissene for hvordan det blir behandlet (Sayer, 2010). Ofte blir kvalitative forskningsdesign presentert på en logisk og lineær måte, men dette er ofte langt fra sannheten bak de fleste design, som ofte er lite oversiktlige og i stor grad foranderlige.

Marshall og Rossmann (2010) diskuterer hvorvidt den formelle presentasjonen av forskningsdesign har sin bakgrunn i dens avhengighet til midler forskerne må søke om. Den radikale behavioristen, B.F Skinner, argumenterer for et mer kaotisk syn på forskningsdesignet:

One example of actual scientific research is “A Case History in Scientific Method”, by Skinner (1961). He dismisses the formalistic way of presenting research and describes the many chance happenings and surprises from his own experimental research on behavior that led to significant discoveries of animal and human behavior.

(Kvale, 1996, s. 84)

3.2 Forskningsstrategier

Det blir ofte argumentert for at kvantitative metoder får større respekt og interesse fra publikum og forskningsmiljøer. Basert på generelle karakteristikk er det to hovedtilnærminger - kvalitative metoder fremhever innsikt og at kvantitative metoder generer oversikt (Tjora, 2010).

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

Figur. 5

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

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

3.3 Valg av Metode

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

(Tjora, 2012, s. 22)

Musikkfeltet, spesielt i bransjesegmentet, er under utvikling når det kommer til fagfelleverderte bøker og forskningsartikler. Mangel på relevant litteratur innenfor valgt tema var en av årsakene til at jeg bestemte meg for å bytte fokus fra låtskriver- til produsentrollen. Lite bevandret i forskningsarbeid som jeg er, vaklet jeg litt om hva slags metode jeg skulle ta i bruk. Etter samtale med veileder og noen dager i tenkeboksen, fant jeg ut at jeg allerede hadde bestemt meg for hvilken vei jeg ønsket å gå for å finne svar.

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

(Tjora, 2010, s.19).

Da jeg fant Kvales' oversikt over de kronologiske aspektene i et kvalitativt intervju, var jeg ikke lenger i tvil; for å forstå produsentenes intensjoner bak deres kreative valg må jeg nødvendigvis få enkeltpersonen til å åpne seg i en mellommenneskelig situasjon - ikke få mengder av produsenter til å delta i en kvantitativ studie. Jeg må slippes inn i deres opplevde verden for å forstå deres intensjoner og forholde meg til det på en tilsiktet naiv måte. I boken "Interviews" gjør Steinar Kvale gjør rede for tolv (12) aspekter for å forstå det kvalitative intervjuet.

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

Figur 6a)

(Kvale, 1996 s. 30)

<ul style="list-style-type: none"> 6. Deliberate Naïveté (Tilsiktet Naivitet) 	Intervjueren utviser en åpenhet til nye og uforventede fenomen, i stedet for å ha ferdige kategorier og skjema for tolkning.
<ul style="list-style-type: none"> 7. Focused (Fokusert) 	Intervjuet er fokusert på spesifikke temaer; Det er ikke en streng struktur, men heller ikke helt udefinert.
<ul style="list-style-type: none"> 8. Ambiguity (Tvetydighet) 	Intervjuobjektets utsagn kan noen ganger være tvetydige og kontroversielle i deres opplevde verden.
<ul style="list-style-type: none"> 9. Change (Forandring) 	Intervjuobjektet kan oppleve nye perspektiv og innsikt i tema, og dermed forandre forklaring og meninger om tema i løpet av intervjuet.
<ul style="list-style-type: none"> 10. Sensitivity (Følsomhet) 	Intervjueren kan produsere forskjellige utsagn fra objektet, basert på hvor mye kunnskap intervjueren har om tema.

<ul style="list-style-type: none"> • 11. Interpersonal Situation (Mellommenneskelig Situasjon) 	Den samlede kunnskapen som blir produsert er en mellommenneskelig utveksling.
<ul style="list-style-type: none"> • 12. Positive Experience (Positiv Opplevelse) 	Et godt gjennomført intervju kan være en berikende erfaring for intervjuobjektet, ved å muligens få ny innsikt i et levd liv.

Figur 6b)

(Kvale, 1996, s. 31)

Jeg er interessert i å finne de økonomiske intensjonene bak de kreative valgene produsentene tar i studio. Jeg er avhengig av å fange deres opplevde verden for å finne svar - derfor har jeg valgt å dybdeintervjue to (2) unge topprodusenter for å generere rådata.

3.4 Rådatagenerering gjennom bruken av dybdeintervjuer.

Studier som fokuserer på et mikrosamfunn, som arbeidskulturen i en organisasjon, vil typisk ta i bruk case studier som strategi for datainnsamling. Jeg er på utkikk etter en del av sammenhengene mellom intervjuobjektene (Heretter referert til som INT. 1 og INT. 2), men antallet deres gjør at jeg ikke ser det som en fordel å benytte meg av det. Jeg har valgt å dybdeintervjue to (2) unge norske topprodusenter for å generere empirisk data. Årsaken til at jeg valgte denne intervjusjangeren er på grunn av min profesjonelle og sosiale relasjon til dem. Jeg har valgt å holde meg til dybdeintervju med åpne spørsmål uten en bestemt tidsramme, for å skape en mest mulig realistisk samtale.

INT 1. og 2. varer i cirka tre kvarter:

- Int 1. → 41.29 (Minutter. Sekunder)
- Int 2. → 45.46 (Minutter. Seknder)

Etikken og påliteligheten til dataen som er blitt generert, med følgende valg og omstendigheter, kan være vanskelige. Hvordan man skal forholde seg til data som kommer ut av denne *intersubjektive* samtalen er en viktig diskusjon (Tjora, 2010). Jeg har allikevel valgt dette, da jeg mistenker at dersom jeg hadde gått for lukkede spørsmål ville jeg gått glipp av mye informasjon og refleksjon rundt tema. En av bekymringene jeg hadde var den løse rammen intervjuet var plassert i. Derfor formulerte jeg en temasortert intervjuguide, slik at sørget for å få tilt de mest sentrale spørsmålene. Rammen for guiden ble sprengt tidlig i intervjuene, da den naturlige samtalen tok overhånd. Allikevel satt jeg igjen med en følelse av

at vi fikk dekket det jeg ønsket å gå gjennom Trost, (1993, s. 25), argumenterer for en begrenset bruk av forhåndsformulerte spørsmål, da dette vil legge bånd på den kvalitative metoden. Han anbefaler heller å ta i bruk kategorier eller spørsmålsområder, slik at den frie samtalen kan flyte fritt og spontant. Mitt ønske i forkant av intervjuene var å legge til rette for dokumentering av de mange gode samtaleene vi allerede har hatt. Jeg bestemte meg for at stedet for gjennomføringen av intervjuene var viktig - vi måtte treffes på en arena der vi kjente hverandre og var komfortable.

3.5 Transkripsjon - bearbeiding av rådata

Samtalen, i form av intervjuet, er en utveksling mellom to personer - det levde liv blir fryst i tid og gjort om til transkripsjon. Å transkribere et intervju fra opptak til tekst er ikke uten konsekvenser. Det involverer oversetting fra tale til skrift - formater med sine egne sett med regler. I overgangen mellom formater skjer det en fortolkning som på en eller annen måte må komme frem i transkripsjonen (Marshall & Rossmann, 2011).

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

(Kvale, 1996, s. 165)

I overgangen fra tale til tekst har jeg valgt en verbatim tilnærming til transkripsjonene. Selv om intervjuene er gjennomført på forskjellige tidspunkt, hadde jeg som utgangspunkt å foreta begge intervju på samme sted og med likt verktøy, da jeg mener at stemningen i rommet har mye å si for hvordan det blir gitt og tolkes. På grunn av tidspress måtte jeg forandre strategi. Jeg fikk til å intervju med likt verktøy, MacBook Pro, mid 2010 (Hardware) og Logic Pro X (Software), men ikke på samme sted. Intervjuet med Int.1 ble foretatt i et studio i Oslo, mens Int. 2 skjedde i mitt hjem i Kristiansand.

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

(Mishler, 1991, s. 271)

Jeg har valgt å ta med den uformelle tonen i starten av intervjuet, før spørsmålene, slik at jeg lettere kan sette meg inn i affekten den spesifikke situasjonen hadde. Jeg har valgt å markere følelsesmessige reaksjoner med en stjerne (*), etter det som er blitt sagt, slik at transkripsjonen i større grad skal få frem sammenhengen noe blir sagt eller gjort. Parentesene ,(), som er inkludert i transkripsjonen, er ment for å være oppklarende mtp. referanser av en privat natur og/eller ting som er blitt sagt tidligere i intervjuet. Dette er slik at det ikke skal oppstå noen misforståelser i analysen av transkripsjonene.

3.6 Valg av intervjuobjekter

Jeg kjenner begge intervjuobjektene fra før. Vi har en sosial relasjon i tillegg til en profesjonell tone, slik det ofte er i musikkbransjen. Vi har studert, forelest, turnert og blitt hyret inn til felles oppdrag over flere år. Slik som jeg, er mange av mine kontakter og samarbeidspartnere unge, mellom tjuefem til tretti (25-30) år. Til tross for ung alder har vi rukket å stake ut en kurs i våre karrierer, noen med et pedagogisk-utøvende fokus, slik som jeg, andre med et produsent-utøvende fokus. (Pedagogisk/ Produsent- utøvende fokus, handler om hvilken utdanning og hvilke inntektskilder som per dags dato utgjør mesteparten av omsetningen til våre enkeltpersonsforetak.) Fordi jeg ønsket å undersøke produsentens rolle anno 2016, så jeg fordelen i INT 1. og 2. sitt nylig oppstartede samarbeid. Selv om de har gått musikklinjen sammen på videregående og spilt i mange band sammen før, under og etter musikkstudiene, startet de som produsenter for kun tre (3) år siden. Deres raske vei til toppen i norsk musikkbransje gjør dem til et relativt sjeldent tilfelle. Mitt ønske og intensjon med å spørre dem om å stille til intervju, var å fange alle de gode samtalene vi har hatt i løpet av tiden vi har kjent hverandre, uten at det skulle bli en kunstig situasjon med meg som “forsker” og dem som “objekter”.

Oppsummering av kriterier for valg av objekter:

- Profesjonelle produsenter. (Har sin primære inntektskilde som musikkprodusenter)
- Ung alder, tjue til tretti (20-30) år gamle.
- Jobber i team med hverandre, men lar seg intervju separat.

3.7 Validitet

Validiteten avhenger av hva slags forskningsideal som ligger til grunn for studien. I en positivistisk naturvitenskapelig sammenheng er min nærhet til objektene og mitt engasjement i

samtalene ikke å se som en fordel, da jeg ikke kan inntar en objektiv observatør- rolle med kvantitative verktøy.

Men det er ikke det jeg er ute etter

For å få innblikk i meningen bak menneskelig handling må forskeren delta i samfunnet, snakke med mennesker og tolke det som skjer.

(Johannesen & Tufte, 2002, s.362)

Vi, Int. 1, 2 og jeg, har ved flere anledninger diskutert sider ved tema jeg tar for meg i avhandlingen. Våre felles erfaringer er selve nøkkelen til funn og muligens den største svakheten til validiteten i intervjuene. Musikkvirksomhet er som all annen mellommenneskelig virksomhet - det må til en bevissthet om *hvordan og hvorfor* man gjør det man gjør. Et godt gjennomført intervjuprosjekt lærer oss noe om *pragmatisk gyldighet*, fordi de lærer oss noe om menneskers levde verden og er med på å påvirke teoriutvikling. Hvorvidt det er ligger en kommunikativ gyldighet til grunn, avgjøres i dialog med forskersamfunnet (Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 34).

3.8 Generaliserbarhet

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

(Strauss & Corbin, 1998, s. 5)

I forkant av designet til intervjuene bekymret jeg meg for ledende spørsmål.

Hvordan kan man holde en relativt normal samtale med personer en kjenner uten å stille ledende spørsmål?

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

(Kvale, 1996, s.158)

Jeg bestemte meg for å ikke la dette stå i veien for mitt valg av en fri tilnærming til intervjuene, da jeg fort kunne finne det nødvendig å få utfyllende og tydelig informasjon ved å stille noen ledende spørsmål.

Verdien som legger føringer for “overførbarheten” til forskning, dikteres av hvilken forskningsgren man jobber innenfor. I en kvalitativ tradisjon, innenfor samfunnsforskning, benytter en statistisk form for generalisering for å få frem trekk ved utvalget kontra trekk ved hele populasjonen. Hvordan generalisering gjøres i en kvalitativ tradisjon er en pågående diskusjon. Tjora mener at begrepet “generaliserbarhet” er et uheldig uttrykk, da dette er en opplagt kvalitetsindikator i all forskning.

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

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

(Tjora, 2010, s. 180)

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

- Naturalistisk generalisering:

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

- Moderat generalisering:

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

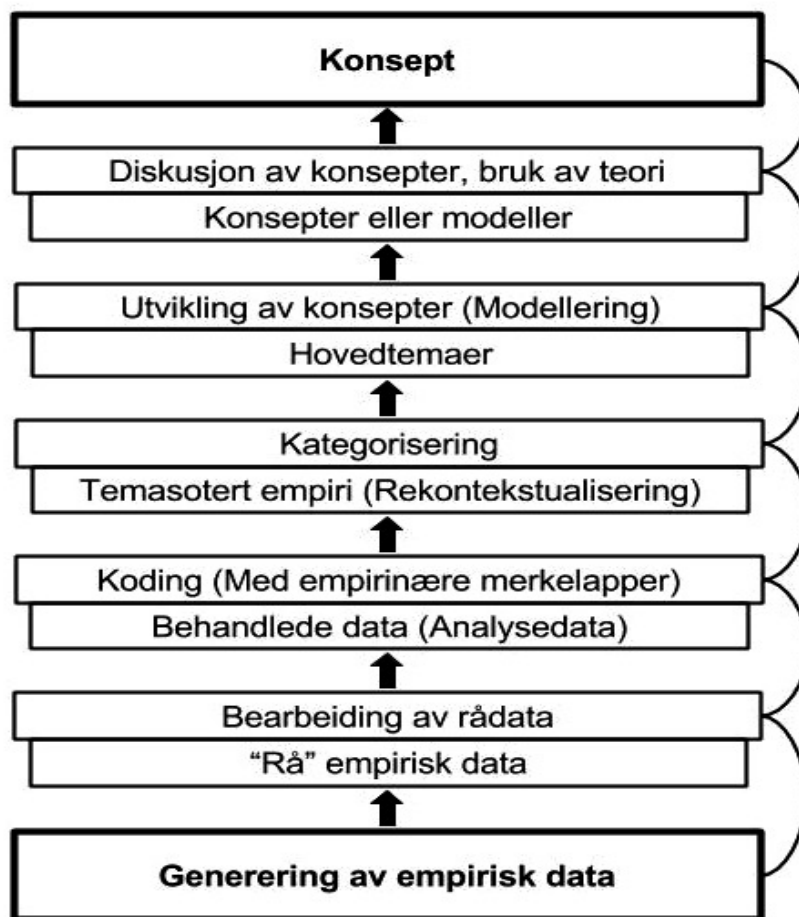
- Konseptuel generalisering:

Ved bruk av kvalitativ forskning kan man utvikle teorier, konsepter eller typologier som har relevans for andre tilfeller enn temaet som blir studert.

Konseptuel generalisering ligger nærmest SDI-metoden jeg tar i bruk.

3.9 SDI-metoden

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



Figur 7.

(Tjora, 2010, s. 156)

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

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

(Tjora, 2010, s 165)

Foruten å bli lettet av passasjen over, er det et poeng i at jeg er på utkikk etter konsepter, ikke utvikling av en helhetlig teori. Jeg tar i bruk SDI for å generere rudimentære konsepter som andre, mer erfarne forskere kan ta tak i, om det er interesse for det. Jeg er altså på utkikk etter

konseppter eller modeller jeg kan formulere på bakgrunn av rådataen jeg har samlet inn. Denne modellen tilbyr en oversiktlig og systematisk fremdrift i et kvalitativt forskningsopplegg. “Grounded Theory”, (Strauss & Corbin, 1990), tilbyr en tilbakekobling de kaller “theoretical sampling”, der man i konseptutviklingen finner ut av at man trenger empirisk data for å komme seg videre i forskningsarbeidet. Et oppfølgingsintervju gjennomføres for å få mer “kjøtt på beinet”. Koding er neste ledd i SDI-metoden. Her er det som regel hensiktsmessig å jobbe så nært opp mot empirien som mulig, med begreper som finnes i intervjuet. Dette er en systematisk og detaljert prosess der en god representasjon av empirisk data må fremheves. For å kunne sitte igjen med *temasortert empiri* må man jobbe seg gjennom transkripsjonene ved å opprette koder som med ord og uttrykk beskriver avsnitt eller enda mindre utsnitt av datamaterialet. Det finnes ingen riktig eller gal måte å kode tekst på (Tjora, 2010, s.159-160).

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

(Grenness, 2004, s. 180)

Min tilnærming for å skape koder og utsnitt jeg kan sammenligne, er ved å sortere empirien etter hovedtemaer jeg trekker ut fra spørsmålene i intervjuene. Siden Intervjuene ble gjort i en fri samtaleform, tenker jeg at det er hensiktsmessig å starte her, slik at jeg skal kunne identifisere og linke dataen som har relevans for tema og problemstilling. Jeg har jobbet systematisk gjennom tre (3) steg, fra spørsmålsnivå, før jeg i det hele tatt tok i dataen fra svarene til INT 1. og 2., på svarnivå. Første steget var å trekke ut spørsmålene i fra transkripsjonene til et skjema fra hvert individuelle intervju. Fra spørsmålene fant jeg tre hovedkategorier, med to subkategorier (a og b) i punkt tre (avtaler). Jeg markerte disse med kategoriens tall, fra 1-3.

I andre steg kategoriserte jeg spørsmålene kronologisk fra intervjuene etter temaene:

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

I tredje steg fant jeg like spørsmål fra intervjuene, eller spørsmål som var like i natur, til sammenligning. Etter kategoriene ble trukket ut av spørsmålene, opprettet jeg et kodesett

basert på svarene gitt av Int. 1 og 2. Kodesettet er renskrevne formuleringer, ord og uttrykk
Int. 1 og Int. 2 sine svar.

Til slutt satt jeg den behandlede dataen opp i en skjematisk oversikt for en komparativ analyse. (kapittel 5)

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

Figur 8

Kapittel 4. Presentasjon av funn



Figur 9.

(Kodegenerert ordsdy fra intervjuene med INT 1. og 2.)

4.1 Systematisk bearbeidelse av rådata

I dette kapittelet demonstrerer jeg bearbeidelse av empirien, fra rådata og kategorisering til kodedegenerering. Dette gjør jeg for å skape en større nærhet til dataen, (Tjora, 2012, s. 205), og som en demonstrasjon av modellen jeg laget, i tillegg til å styrke validiteten til funnene som blir presentert i Kapittel 5. Kategoriseringen blir presentert slik jeg beskrev i Kapittel 3.

Metode, der jeg har valgt å inkludere de sammenfallende spørsmålene i en skjematisk oversikt. Etter jeg trakk ut spørsmålene fra intervjuene, satt jeg igjen med to (2) sider fra INT 1. og fire (4) sider fra INT 2. Denne ubalansen i mengde tror jeg har med naturen til INT 2. å gjøre, da han er en nokså stillferdig kar som trenger tid for å åpne seg.

Fra trettitre (33) transkriberte sider fant jeg totalt fire (4) sammenfallende spørsmål fra INT.1 og 2. Kvalifikasjonen for sammenfallende spørsmål, er spørsmål jeg mener så like i natur at det er å forvente at INT 1. og 2 tenker i de samme baner ut ifra spørsmålet og konteksten:

Eks:

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

Det var færre sammenfallende spørsmål enn jeg forventet da jeg utviklet SDI-hybridmodellen. Jeg hadde en mistanke om at dette var en mulighet, da jeg valgte å ha fri samtale som intervjuform. Videre benytter jeg samme skjema, men uten å sammenligne svarene i INT.1 og 2. slik at jeg kan utfylle med individuelle sitater. Ved å gjøre dette kan jeg lettere kommentere teorien i **Kapittel 2**. Jeg følger skjemaoppskrift i ren tekst, slik at lange svar ikke tar unødvendig mye plass i én kolonne. I kapittel 3 presenterte jeg funnene av kategoriene basert på intervju spørsmålene :

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

Videre følger bruken av ad-hoc modellen, slik den ble presentert i figur 8, Kapittel 3.9, for å legge frem empirien:

- a)** Opprinnelig spørsmål
- b)** Rensket spørsmål med koder
- c)** Opprinnelig svar
- d)** Rensket svar med koder

4.2 Kategori.1 (Produsentens rolle)

Sammenfallende spørsmål 1. – INT. 1:

a) *“Hva er det begrepet “Produsent” betyr for deg?”*

b) Definisjon av “produsent”.

Koder: Definisjon, Produsent

c) *“Når jeg sier jeg er en produsent, så ser jeg på meg selv som en som jobber sammen med artisten fra demostadiet, i arrangering, spiller inn elementer på nytt, vi bruker kanskje noe av det som er gammelt...*

Vi tar tak i det utgangspunktet som har vært og får det til å blomstre - til det som jeg eller som artisten kan se for seg at det skal låte. Men ofte så opplever jeg at man vil til det samme stedet. Det er ikke sånn at, eller, jeg har enda ikke opplevd at en artist vil et sted og jeg vil et helt annet. Da tror jeg nok ikke vi hadde jobbet sammen. Jeg tror det er veldig naturlig at man finner de menneskene man vil jobbe med og så går man i den samme retningen.”

d) *Her beskriver INT 1. arbeidsmetoden for å definere hva produsenten er.*

En utenforstående kunstner:

- Som leder artisten gjennom innspillingsprosessen fra gammelt til nytt.
- Som får ideen til “å blomstre”.
- Med en felles forståelse om det endelige resultatet. (Naturlig samarbeid)

Koder: Artist, samarbeid, demostadiet, arrangering, samme retning, elementer, blomstre, naturlig.

Sammenfallende spørsmål 1. – INT. 2:

a) *“I Starten av intervjuet ønsker jeg gjerne at du skal definere produsentens rolle anno 2016, hva er som dukker opp da? Hvilke begrep er det som dukker opp da? Hva er det? Hvem er det?”*

b) Hvem kan kalle seg en “produsent” i 2016 (Tidsbestemt) og hva innebærer det?

Koder: definisjon, produsent, 2016

c) *“Slik jeg ser det, så er produsentens rolle, ehh, det å ha et slags overordna ansvar for at en innspilling blir foretatt og gjennomført. Og det inkluderer, ehh, det kunstneriske og musikalske uttrykket”.*

d) Produsenten har et organisatorisk og kreativt ansvar for en innspilling.

Koder: Overordnet ansvar, organisatorisk, kunstnerisk, musikalsk, gjennomføring,

Sammenfallende spørsmål 2. – INT. 1:

a) *“Så produsenten har fått hatten som arrangør?”*

b) *“Har produsenten fått rollen som arrangør?”*

Koder: Produsent, rolle, arrangør

c) *“Ja, han har fått mange flere hatter, da.*

.. ehh.. I noen sjangere tror jeg nok det er en god ting, men det er ikke sikkert det er det i alle.

I: *Viss du tenker sånn businessmessig på det...?”*

S: *Ja, businessmessig så er det jo absolutt... *latter**

Viss du er opptatt av å tjene penger.

Og vil.. bare er opptatt av det.. Jo mer du gjør alene, jo rikere blir du jo. Men jeg trur ikke nødvendigvis på at...

Altså; De fleste store låtene som er i dag, så er det jo ekstremt mange mennesker som sitter bak de låtene óg.

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

d) Produsenten har fått mange roller. Å være autonom kan være lukrativ posisjon, avhengig av sjanger, men det er stort sett mange personer involvert i å lage en låt i dagens marked.

Unge produsenter sender skisser og beats over nettet på bestilling fra mer etablerte produsenter. Disse tar gjerne kreden for å ha laget låten, selv om det er mange unge produsenters verk.

Det oppleves mer givende å være i samarbeid bak en låt, selv om det er større deling som må til - kontra - "Jo flere kokker, jo mer søl"-prinsippet.

For å unngå rot og krangling kan det være smart å ha en "overordnet produsent".

Koder: Mange roller, etablert produsent, lukrativ posisjon, business, kjøpe beats, unge produsenter, cred, hit, idé, skisse, samarbeid, sende beats, givende samarbeid, "jo flere kokker, jo mere søl", sjefen, overordnet, ansvar

Sammenfallende spørsmål 2. – INT. 2:

a) *"..Mener du da en rolle som arrangør, at den har blitt en del av produsentrollen"?*

b) Har produsentrollen erstattet/tatt over arrangørrollen?

Koder: erstattet, arrangør

c) *"Ja, ikke sant! Skillelinjene mellom produsent og arrangør og komponist og musiker..*

**pause* De linjene kan være vanskelig å trekke. ("...I: Hvordan er det... *blir avbrutt* ") Ja, de er veldig utydelige".*

d) Skillelinjene mellom roller i studio er vanskelig å trekke - (produsent, musiker, arrangør, komponist)

Koder: Skillelinjer, roller, produsent, musiker, arrangør, komponist

4.3 Kategori 2. (Musikkteknologi)

Sammenfallende spørsmål 3. – INT. 1:

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

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

b) Regner du laptop som et instrument?

I: Hvor viktig er laptopen i din rolle som produsent?

Koder: Laptop, DAW (Digital Audio Workstation), Sequencer, Produsent, Rolle

c) I: “Vil du regne laptop, DAWs og Sequensere som et instrument?”

S: “Ehh. Det er... hehe.. et interessant spørsmål da. ehh..”

Lang pause

“Det er tricky.

I lang, lang tid så har jeg jo på en måte tenkt.. Det er jo nå.. Man kan jo gå på NMH på laptop, liksom. Så, på mange måter, så sier jo liksom institusjonene at det er et instrument. Så sånn sett, så kan jeg jo ikke.. Kanskje nekte for det.. Men det ligger jo en følelse bak det.”

Lang pause

“I hvert fall for meg, og jeg vet for veldig mange andre som er instrumentalister, i form av et instrument som har vært lenge. Når det kommer folk og lager en låt på en laptop, at den følelsen ikke er på langt nær det samme. ehh.. men jeg er ikke i tvil om at det er et stort kunstnerisk potensial i det å bare jobbe med laptop óg. Så, sånn sett vil jeg si at det er et slags instrument.”

I: “Så, du mener at det er et instrument, men du kan høre godt forskjell på de som.. kanskje supplerer.. ehh.. hva skal jeg si, laptopinstrumentet med et vanlig analogt instrument..?”

S: “Mhm” * litt usikker*

I: “At når du blander det gamle med det nye, så får du det beste resultatet? Er det det du mener?”

S: “Ehh, nei ikke nødvendigvis. Jeg trur ikke det var det jeg mente, men, eh.. Bare at det er forskjellige - altså, det er jo...” *Lang pause*

“Etter min oppfatning er det jo forskjellig å spille el-bass og skrive inn en el-bass på en laptop.”

I: mhm.. *enig*

S: “Det er jo ikke det samme.

Så sånn sett.. De som på en måte bruker laptop som et instrument, bruker det jo ofte også på helt andre måter, i form av å skape lydbilder og soundscapes som er...

Altså; Det er jo ikke bare folk som lager housemusikk på laptops, ikke sant. Arve Henriksen sitter jo å trykker på knapper på dataer og diverse pedaler han óg, liksom, som er en så sterk instrumentalist i tillegg.”

*Ehh.. *pause* Jeg skjønnte ikke helt hva du sa, i form av at..*

I: “Jeg prøvde bare å gjengi en versjon av det du sa, men da hadde jeg misoppfattet, så nå gjorde det klarere. Ikke noe mer enn det.”

S: “Mhm... Men jeg føler jo at det er instrument. Laptopen har jo så mange muligheter. Det har jo mange flere muligheter enn..

Pause

Altså, det er jo uendelig med muligheter.

Og sånn sett så vil jeg si at det er veldig sånn..

Ehh.. Noen kan bruke laptop som et instrument. Andre bruker det som noe helt annet. Det har vel litt med kunstnerisk oppfatning å gjøre, kanskje. Jeg vet ikke. Kanskje det er litt som kunst. Sånn når du går på et kunstmuseum, så hvis den her hodetelefonen ligger på gulvet sånn

**Han plasserer hodetelefonene på gulvet* Så kan folk si: «Åh det kunst». Ikke sant?*

Det jo veldig individuelt.”

I: “Hvor viktig er det med en laptop med DAWs i din rolle som produsent?”

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

Det er en stor forskjell fra tidligere.

Jeg bruker datamaskinen til alt.”

d) Int. 2 reflekterer over sitt syn på å anerkjenne laptop som instrument. Institusjonenes anerkjennelse (NMH) veier tungt til fordel, men det hviler en viss ambivalens i argumentet. INT 2., som spiller trommer som hovedinstrument, får ikke den samme følelsen av å høre på programmerte “ekte” instrumenter, men det er et stort kunstnerisk potensiale i det. Spesielt ved å bruke det til å lage lydbilder. INT 2. Sammenligner laptopbruken mellom Arve Henriksen (Jazz) og en tilfeldig EDM-artist, der den begrensede og supplerende bruken virker til å ha høyere verdi. Til slutt handler det om en individuell-kunstnerisk oppfatning. Allikevel argumenterer INT 2. laptop som kjernen i produksjonsprosessen. Det brukes først og fremst som et opptaks- og editeringsverktøy, ikke nødvendigvis som et instrument, i klassisk forstand.

Det er endeløse muligheter ved å bruke digitalt studio kontra analoge og gammeldagse studioløsninger.

Koder: Laptop, instrument, institusjon, ekte, muligheter, individuell, kunstnerisk, oppfatning, housemusikk, soundscapes, lydbilder, instrumentalist, kjernen, redigere, kunst

Sammenfallende spørsmål 3. – INT. 2:

a) *“Hvilke hjelpemidler er det de har som gjør at de kan programmere og jobbe på den måten? Hvilke verktøy er det de bruker?”*

b) Hva slags utstyr gjør at produsenter kan programmere musikk i stedet for å leie inn musikere, slik som i gamle dager?

Koder: Hjelpemidler, verktøy, programmere, produsenter

c) I: *“Skjønner. Hvilke hjelpemidler er det de har som gjør at de kan programmere og jobbe på den måten? Hvilke verktøy er det de bruker?”*

S: *“Da er det jo en sequencer og kanskje en trommemaskin og et keyboard. Og det kan du jo gjøre med.. Ehh.. ja.. Det kan du jo gjøre med mange forskjellige typer sequencere, keyboards og trommemaskiner.”*

I: *“Ja, men da begynner vi vel å prate om musikkteknologi, ikke sant?”*

(Ledende spørsmål)

S: *“Ja.”*

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

S: *“Ja, det trur jeg helt sikkert.”*

I: *“Kan du reflektere litt over det?”*

S: *“Ja, det er jo så lett å skaffe seg utstyret man trenger for å foreta en innspilling. For femti år siden, for eksempel, var det ikke på langt nær like vanlig å ha tilgang til utstyret du trengte.”*

I: *“Så du snakker om at tilgjengelighet til utstyr har mye å si..?..”*

S: *“Mhm.”*

I: *“Da mener du først og fremst en sequencer på en laptop?”*

S: *“Mhm. De fleste har jo en laptop i dag. Og det å anskaffe seg en sequencer til den laptopen trenger ikke å koste mer enn 1400,- for Logic.”*

“De fleste har jo en sånn enkel, ja, for eksempel Garage Band.”

(en veldig nedstrippet versjon av Logic som følger med i OSet til Apple helt gratis)

I: *“Og det oppmuntrer muligens interesserte til å leke litt med det, for å så ta neste steg inn i Logic.”*

S: *“Ja, ikke sant.”*

d) Det finnes et stort marked for sequencere, trommemaskiner og keyboards. Det er det produsenter bruker for å programmere musikk på en laptop eller datamaskin. Dette har hatt en enorm påvirkning på hvordan dagens produsenter jobber kontra for femti (50) år siden. Tilgjengeligheten og pris på utstyr har mye å si. I dag følger musikkprogrammer med, som en del av OSet (operativsystemet) til Mac. 'Garageband' er en begrenset utgave av Apples, 'Logic'.

Koder: Datamaskin, sequencere, trommemaskiner, keyboards, tilgjengelighet, pris, OS, Garageband, Logic

4.4 Kategori 3.a (Avtaler, låtandeler)

Sammenfallende spørsmål 4. – INT. 1:

a) *“Men dersom det kommer inn en kakebit som allerede er oppstykket, trur du at du enten bevisst eller ubevisst, tar grep i låta som gjør at din slice (andel) blir større?” (...)* **I:** *“Nei, ikke nødvendigvis en felle, hverken negativt eller positivt, bare et insentiv. Kan dine kreative valg bli påvirket av et ønske om låtandeler?”*

b) Tar du, bevisst eller ubevisst, grep i en komposisjon slik at din låtandel øker? Kan dine kreative valg bli påvirket av et ønske om økte låtandeler?

Koder: Bevisst, ubevisst, kreative valg, ønske, større låtandel.

c) *“Hehe!” *Ler litt lurt* “Åja! Sånn, ja!”*

I: *Trur du at det på en måte er. Trur du noen ganger at.. *Blir avbrutt**

S: *... at det liksom er en sånn felle? Nei, ikke en felle.. *Blir avbrutt**

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

S: *“Åja, sånn, ja! Det er jo et litt sånn tricky spørsmål, da! Ja, litt sånn..”*

I: *”Hehe.” *Ler litt lurt**

S: *“Det kan jo hende at det er noe jeg underbevisst gjør, men jeg har jo ikke nødvendigvis tenkt på det. Men..” *Kaffemaskinen starter igjen**

I: *“Har du hørt noen de tilfellene? Er det liksom et tema? Er det noe man prater om?”*

S: *“Nei, jeg har ikke hørt noe om det.”*

I: *“Nei, ingen har liksom ikke noe rykte på seg for å være “låtandel-haier”? Hehe”.*

Ler unisont

S: *“Nei, men det er det helt sikkert folk som er. Altså..*

Hvis du får et musikkstykke foran deg og du endrer det bittelitt, så plutselig får du mer penger, så kan du jo.. hehe.. Så kan du jo endre det, men..”

I: *“Trur du at man er mer tilbøyelig til å ta sånne type valg..” *Blir avbrutt**

S: *“Nei, jeg vil jo ikke tro det.. Jeg må jo bare svare for meg selv, da..” *liten pause*

d) Et sensitivt/sårbart tema som kan være vanskelig å prate om - Er spørsmålet en “felle”? I samarbeid med andre; kan det hende at INT 2. tar ubevisste og kreative grep som gjør at den (variable) låtandelen øker, men INT 2. ønsker ikke å vedkjenne det - det har ikke vært en bevisst tanke i alle fall. Det er allikevel lett å tjene litt ekstra dersom man gjør små justeringer i en komposisjon, men det er ikke verdt det.

Koder: låtandeler, kreative, valg, lurt, felle, negativt, positivt, insentiv, påvirket, underbevissthet, tilbøyelighet, penger, verdi

Sammenfallende spørsmål 4. – INT. 2:

a) *“Når du setter i gang et slikt samarbeid, er det sann at du pøser på med flest mulig ideer for å få den variable prosenten din opp så høyt som mulig, eller opplever du en...” *Blir avbrutt**

b) (Kommer fra en samtale om variable rettighetsfordelinger i en kreativ prosess) Er det slik at du utnytter den åpne avtalen, med å pøse på med ideer, slik at din andel kan bli så høy som mulig?

Koder: variabel, prosent, ideer, andel

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

I: *“Mhm. Ja.” *På innpust* “Mhm. Ja”. *LAAANG pause**

d) Nei. Int 1. forsøker å unngå å tenke økonomi i en kreativ prosess, da det musikalske står i fokus. Opphavet til ideene er ikke viktig, så lenge de tjener fellesskapet og låta.

Koder: økonomi, kreativ prosess, musikalsk, fokus, ideer

4.5 Kategori 3.b (Avtaler, honorar)

Utfyllende spørsmål 1. – INT. 1:

a) *“Jeg er jo ganske nysgjerrig på det som går på den kontakten som opprettes og hvilken avtale man går inn i det med.*

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

I: *“Hva mener du med å «tjene litt på sikt»?”*

I: *“mhm.. Trur du kanskje at .. Kan det være at plateselskapene ikke har like mye penger som før og at det ikke er like store forskudd som før?”*

b) Hva skjer fra opprettelse av kontakt til en satt avtale - blir du kontaktet av artistrepresentanter som tilbyr deg penger for å jobbe artister du ikke nødvendigvis kjenner?

I: Kan du definere hva du mener med å “tjene på sikt”.

I: Er det slik at plateselskapene ikke gir like store forskudd til produksjonen som tidligere?

Koder: Kontakt, opprette, avtale, bransjefolk, tilbud, ukjente artister, “tjene på sikt”, plateselskap, forskudd

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

I: *“Så de kreative folka..”*

blir avbrutt

S: *“Folk jeg ser på som kreative sjeler som har tatt kontakt.*

Ikke sånne... ehh. Hit machines.

(Her forsøker S å distansere fra en type produsenter i bransjen. “Hit Machines” - eller de som er in it for the money).

Den verden som du finner i platebransjen der de ringer og sier: «Vi trenger en låt et TV-program.» Den bransjen er jeg liksom ikke i. Og den vet jeg ikke om jeg helt har lyst til å være i heller.”

I: *“Men trur du den eksiterer? Kjenner du andre eller har kollegaer som..”*

Blir avbrutt igjen

(Dette er andre gang på kort tid at I blir avbrutt av S - Det som går på renomé og identitet fremstår som viktig for S – Credfaktor).

S: *Ja, jeg kjenner jo folk som jobber og som selger sjelen sin litt. Men det er jo fordi de har lyst til å tjene penger også.*

Men jeg vil heller leve litt dårligere en periode og så heller jobbe skikkelig kreativt med noen som jeg digger, og så får jeg heller tjene litt på sikt.

(S presenterer hvem han er som produsent, først ved å si hvilke verdier han IKKE jobber etter, for å så presentere en langsiktig tekning og metode der kvalitet i åndsverk skal avkaste seg over tid).

I: *“Hva mener du med å «tjene litt på sikt?»»*

S: *“Ehh. Ja i forhold til at.. ehh.. jeg.. ehh... Hva skal jeg si...”*

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

I: *“Mener du et honorar?”*

S: *“Et honorar er jo mer.. Ehh.. La oss se om vi kan lage noe gøy sammen. Og viss det ikke blir noe bra så driter vi i det og viss det blir bra, så tjener vi noe på sikt. Og med det mener jeg jo at man får litt honorar i form av salg for eksempel - altså; produsentroyalties. Og at man får en bit av TONO, for man har jo vært med i arrangementen og komponeringen av musikken.*

Det er jo mer av den nye varianten som jeg oppfatter skjer mer.

Litt sånn som da vi snakket i stad. Tidligere så var jo produsenten en fyr som kom inn og som hadde hele det overordnende bildet, og han fikk liksom en pot med penger for det her. Og han tjente på salg, men han hadde ikke rett på det kunstneriske - den teksten og melodien som artisten har lagd. Den sitter jo han på. Men nå er det liksom mer sånn at folk (artister) gir det fra seg de rettighetene der for å...

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

*Så det er jo på en måte mye mer.. *kremt* jeg vet jo ikke hvordan de gjorde det for veldig mange år siden.*

Men jeg føler at det er mer en sånn...

Da var det ofte en arrangør inne i bildet, så da sa produsenten at: «Her må du gjøre om akkordene»

Så tar arrangøren og gjør det.

Men nå er det kanskje mer..

Nå gjør man liksom alt selv, føler jeg.”

(...)

I: *“mhm.. Trur du kanskje at .. Kan det være at plateselskapene ikke har like mye penger som før og at det ikke er like store forskudd som før?”*

S: *“Nei, det har de ikke. Folk lager jo sine egne selskap, ikke sant. Sånn som med Artist X - har jo bare sitt eget selskap, som Sony bare leier og lisensierer bort. (Innspillingen/masteren) Hele den gamle modellen er jo snudd.*

I Norge så har jo det skjedd veldig... I Tyskland så henger de jo fortsatt etter. Og sytti prosent (70% av det totale musikkalget) er jo fortsatt CD-salg. Så de er jo langt, langt bak.. Ehh. I forhold til det vi gjør her i Norge, så.. Jeg vet jo ikke så mye om hvor stor den forskjellen er fra ti år siden til nå, det vet jeg ikke. Jeg har jo ikke vært så lenge i den her bransjen. Men det er veldig tydelig at det har skjedd mye forandringer (på kort tid). Det er det jo. Og det påvirker jo da både plateselskapene og produsentene og...”

pause

I: *“... Hele næringskjeden..?..”*

S: *“Ja, hele næringskjeden. Rett og slett.”*

d) Samarbeidet med “kreative sjeler” og kontakten med disse står i fokus, ikke honorarer - i motsetning til platebransjen, der de ringer produsenter med veldig spesifikke bestillinger for å lage hits eller musikk til TV.

Produsentene i det markedet er mer opptatt av “raske penger” og selger sjelen sin for lett.

Honorarer er sell-out for ideer.

I den kreative prosessen er det produsentroyalties som er det viktige, ikke honorar for oppdrag. Produsenten arrangerer og komponerer mye i studio, derfor er det rettferdig med en fordeling av låtandelene. Det er en ordning INT 1. har et inntrykk av skjer mer og mer.

Tidligere hadde ikke produsenten rett på de kreative rettighetene. Den klassiske produsenten jobba etter honorar for oppdrag fra plateselskap og royalties basert på salg.

INT 1. jobber aktivt i den kreative prosessen og tar avgjørelser som går på verket løs.

Tidligere hadde man en arrangør inne i studio. Nå er den rollen blitt inkludert i produsentrollen.

En av reaksjonene på den økonomiske nedgangen i musikkbransjen er at artistene selv oppretter selskap som lisensierer bort innspillinger til større plateselskap og distributører. Hele den gamle modellen er snudd med få unntak. Tyskland er i stor grad fortsatt et marked der platebransjen omsetter fra fysiske salg. Dette påvirker hele næringskjeden fra plateselskap til produsent.

Koder: Produsent, penger, kunsterisk, kreativ, hit machines, platebransjen, TV-program, selge sjelen sin, tjene på sikt, honorar, produsentroyalties, TONO, arrangering, komponering, artist, plateselskap,

Utfyllende spørsmål 1. – INT. 2:

a) *“På hvilken måte har den økonomiske modellen eller kompensasjonen av produsentens arbeid i studio forandret seg? Hva tror du og hvilket inntrykk har du av den utviklingen?”*

I: *“Så det er liksom ikke en del av avgjørelsen når du velger å ta på deg et prosjekt, eller er det økonomiske insentivet som blir gitt en stor prioritet for deg?”*

b) På hvilken måte har produsentens kompensasjon forandret seg og hva er ditt inntrykk av utviklingen på feltet?

I: Er det økonomiske insentivet en viktig faktor når du velger et prosjekt å jobbe med?

Koder: Økonomisk modell, kompensasjon, produsent, studio, utvikling, prosjekt, økonomisk insentiv

c) S: *“Mhm. Ehh.. Mitt inntrykk er at det generelt er mindre penger i musikkbransjen enn i CD og LP-alderen. Så jeg tror at det er mindre honorarer eller svakere økonomisk kompensasjon av produsenter som jobber i dag kontra de som jobbet før.*

Så er det jo en tendens, som vi har snakket om tidligere, at produsenter ofte tar litt høyere prosentandel av rettighetene og kanskje et lavere honorar.”

I: *“Mhm. Så kompensasjonen den består mer av komponistandeler enn i form av et honorar som en del av forskudd fra plateselskap?”*

S: *“Ja, noe sånt noe.”*

I: *“Er det, en slags, ny avtaleform du har inntrykk av at mange unge produsenter jobber etter?”*

S: *“Jeg har ikke snakket detaljert økonomi med så mange andre unge produsenter. Så det er vanskelig for meg å svare på.”*

I: *“Kan jeg få spørre - er det fordi det er et tabutema?”*

Holder unge produsenter kortene tett til brystet rent økonomisk sett? Eller har det med tilgjengelighet å gjøre?”

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

I: *“Ja, jeg skjønner. Det er jo et ganske sensitivt tema.”*

S: *“Ja, det er det.”*

liten pause

I: *“Trur du at det er sånn for mange andre bransjen også?”*

lengre pause

S: *“Neeei.. Det jo noen som ikke har noe i mot å snakke om økonomi også.*

Jeg kjenner spesielt mange musikere som, hehe, gledelig deler slike opplysninger.”

I: *“Ok! Som en skrytegreie da, eller?”*

S: *“...Eller fordi de bare er mer enn gjennomsnittet interessert i økonomi, jeg vet ikke.”*

I: *“Så det er liksom ikke en del av avgjørelsen når du velger å ta på deg et prosjekt? Er det økonomiske insentivet som blir gitt en stor prioritet for deg?”*

S: *“Nei..? Ehh..”*

Tenker seg godt om

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

I: *“Har du vært borte i slike situasjoner mange ganger?”*

S: *“Jeg har vært borte i det hvertfall. Men for meg er det viktigste at jeg kan jobbe med musikk hele tiden.”*

I: *”Mhm.”*

S: *“For eksempel da vi inngikk et samarbeid med Artist X, så var vi redde for å kreve for mye, fordi det var så stort for oss å jobbe med han.”*

d) INT 1. Har et inntrykk av at det er mindre penger i musikkbransjen i dag, enn i den analoge æraen. Det har ført til at produsentene tar høyere andel i rettighetene og mindre i honorar. Om dette er en gjennomgående trend hos unge produsenter kan ikke INT. 1 svare på, da det ikke snakkes så mye om økonomi, bortsett fra med INT 2.

Det er fordi det er et sensitivt tema for INT. 1, men ikke nødvendigvis for andre musikere og produsenter. Å lande en avtale før det kreative arbeidet settes i gang er alltid en fordel, da det fort kan oppstå tvister om fordelingen og pris etter endt samarbeid. Det er allikevel vanskelig

å snakke om i forkant, da man risikerer å skremme vekk samarbeidspartnere man gjerne vil jobbe med. Det viktigste er at INT 1. Kan jobbe med musikk hele tiden.

Koder: penger, musikkbransjen, CD og LP, økonomisk kompensasjon, produsent, prosentandel, rettigheter, forskudd, avtaleform, tilgjengelighet, tabu, komfortabel, sensitivitet, kreativ, prosess, kreve, krav

Kapittel 5. Analyse

I Starten av avhandlingen presenterte jeg bakgrunnen for valg av tema ved å sette problemstillingen i lyset av en erfart historie. I kapittel 2. presenterte jeg relevant teori ut fra kategoriene i intervjuene: Produsentens rolle, musikkteknologi og avtaler vedrørende rettigheter og honorar.

I det vitenskaplige kapittelet argumenterte jeg for valg av forskningsmetode og bruk av SDI-hybridmodellen. I kapittel 4. la jeg frem empirien slik det blir forespeilet i det foregående kapittelet. I denne delen av avhandlingen presenterer og diskuterer jeg observasjoner, før jeg i det avsluttende kapittelet formulerer konsepter og drar en konklusjon som svar på problemstillingen:

Hvordan påvirker et ønske om låtandeler produsentens kreative valg i studio?

5.1 Konfidensialitet

Begge intervjuobjektene ønsket å bli anonymisert, da de ikke har underrettet noen av artistene de jobber med om avtalene de snakker så åpenhertig om. Det samme gjelder for historien jeg skildrer i det innledende kapittelet.

Avtaler i musikkbransjen er skjøre - ofte gjort på et håndtrykk.

Konfidensialitet er et godt tegn på tillit.

INT 1. og 2. er en av de sjeldne relasjonene som i kombinasjon viser seg å være suksesshistorier. De har vokst opp sammen og har preget hverandre fra barndom til ungt voksenliv. Begge er nå i midten av tjuårene.

Kameratene valgte å gå på to forskjellige konservatorier da musikkstudiene meldte seg. Den ene valgte å studere trommer på en jazz-orientert skole, den andre valgte keyboard på et

rytmisk konservatorium. I løpet av studietiden fortsatte de å spille i band sammen til tross for avstanden.

Kollektiv låtskriving har alltid vært en av stikkordene i deres samarbeid, da de kommer fra bandbakgrunn. Begge er veldig rausere i en samarbeidssituasjon, men er ikke redde for å si ifra dersom de føler seg presset.

Begge er nokså ferske i produksjonsgamet, men har vært utøvende på fulltid siden de startet studiene sine i 2009.

I Analysen tar jeg for meg empirien slik den presenteres i kapittel 4, så analyserer jeg de sammenfallende spørsmålene (SFSP) i lys av teorien i kapittel 2. Videre utfyller jeg med sitater som ikke nødvendigvis reflekterer sammenfallende spørsmål eller holdninger, men som komplimenterer eller kommenterer den presenterte teorien.

5.2 Kategori 1. (Produsentens rolle)

Sammenfallende spørsmål 1.

INT 1: *“Hva er det begrepet “Produsent” betyr for deg?”*

INT 2: *(...) definer produsentens rolle anno 2016, hva er som dukker opp da? Hvilke begrep er det som dukker opp da? Hva er det? Hvem er det?”*

INT 1. svarte i «Vi»-form og brukte sin arbeidsmetode for å definere hva produsent-begrepet betyr for han.

INT 2. svarte med en generell definisjon uten å utdype noen form for arbeidsmetode.

Det interessante er vektleggingen i svarene i til INT 1. og 2. Der jeg ikke la noen føringer for en tidsbestemt definisjon av begrepet, fikk jeg den ”mest klassiske” definisjonen av begrepet.

Der INT 1. vektla det kreative arbeidet med artisten, la INT 2. vekt på prosjektstyring.

«(...) jobber sammen med artisten fra demostadiet, i arrangement, spiller inn elementer på nytt, vi bruker kanskje noe av det som er gammelt...»

(INT 1.)

Fra samtale angående definisjonen av produsentrollen har begge intervjuobjektene resonnert seg frem til «arrangering» som stikkord i neste spørsmål.

Sammenfallende spørsmål 2.

INT 1: “*Så produsenten har fått hatten som arrangør?*”

INT 2: “*..Mener du da en rolle som arrangør, at den har blitt en del av produsentrollen?*”

INT. 1 og 2. Åpner med at produsentrollen ikke kun har fått rollen som arrangør, men som musiker og komponist i tillegg til andre musikalske roller.

S: “Ja, ikke sant! Skillelinjene mellom produsent og arrangør og komponist og musiker..”

pause “...De linjene kan være vanskelig å trekke.”

I: “Hvordan er det...” *blir avbrutt*

S: “Ja, de er veldig utydelige.”

INT 1. argumenterer fordeler og ulemper ved å ha mange roller i en produksjon:

S: “*(...) Ja, han har fått mange flere hatter, da.*”

“.. ehh.. I noen sjangere tror jeg nok det er en god ting, men det er ikke sikkert det er det i alle.”

I: “*Hvis du tenker sånn businessmessig på det...?*”

S: “*Ja, businessmessig så er det jo absolutt... *latter**

Hvis du er opptatt av å tjene penger.

Og vil.. bare er opptatt av det.. Jo mer du gjør alene, jo rikere blir du jo. (...)” (INT 1.)

Begge intervjuobjektene understreker at det ikke er kun arrangørrollen som er blitt inkludert i produsentrollen. De argumenterer for at den kunstneriske prosessen er blitt fritt vilt for produsenter, der de gjerne ser seg selv som musikere og komponister i studio:

“Jo mer du gjør alene, jo rikere blir du jo” (INT 1.)

INT. 2 vektlegger ulempen ved å jobbe alene og forklarer at det ofte er mange komponister og “beat makere” bak en moderne låt. En hovedprodusent vil ofte leie inn eller kjøpe tjenester fra

yngre produsenter for å så ta kreden. Det er uvisst om det inkluderer at verket kun blir meldt opp i hovedprodusentens navn. INT 2. konkluderer med at man må se låten i lys av kompetansebehovet:

“Altså; Flere hjerner tenker jo bedre. Men så er det jo også det med «Jo flere kokker jo mere søl», men det er jo derfor man har den produsent- rollen.”

5.3 Kategori 2. (Musikkteknologi)

Sammenfallende spørsmål 3.

INT 1: *“Vil du regne laptop, DAWs og Sequensere som et instrument?”*

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

INT 2: *“Hvilke hjelpemidler er det de har som gjør at de kan programmere og jobbe på den måten? Hvilke verktøy er det de bruker?”*

Hva slags utstyr gjør at produsenter kan programmere musikk i stedet for å leie inn musikere, slik som i gamle dager?

Både INT .1 og 2. Kan sees som ”suksessfulle Spilker-objekter”, fra studien i 2012. De passer perfekt inn i målgruppen, da de er i midten av tjuetårene. På det tidspunktet denne studien ble gjennomført, ville man ikke kalt objektene “profesjonelle produsenter”, men “gryende produsenter”. De har sittet mye på gutterommet og programmert musikk, men de har også hatt fordelen av å gå på musikkskoler der de har fått god teoretisk og praktisk opplæring i analog og digital studioteknikk. De har hatt en prosedyre der de har vekslet mellom å programmere og “pre-prodde” på en laptop, før de har spilt inn de “ekte sakene” i studio. Bruksområdet til en Laptop med DAW er helt ubegrenset, men det er en kunstnerisk forskjell på de som ønsker å reprodusere ekte instrumenter ved å programmere MIDI, og de som bruker det som et tilskudd til musikkinstrumentet sitt:

“Etter min oppfatning er det jo forskjellig å spille el-bass og skrive inn en el-bass på en laptop. “(...) De som på en måte bruker laptop som et instrument, bruker det jo ofte også på helt andre måter, i form av å skape lydbilder og soundscapes som er... Altså; Det er jo ikke bare folk som lager housemusikk på laptops, ikke sant. Arve Henriksen sitter jo og trykker på knapper på data og diverse pedaler han og, liksom, som er en så sterk instrumentalist i tillegg.” (INT 1.)

Sammensetningen av et profesjonelt digitalt studio, består av de samme essensielle utstyrskomponentene som et analogt studio:

“Da er det jo en sequencer og kanskje en trommemaskin og et keyboard. Og det kan du jo gjøre med.. Ehh.. ja.. Det kan du jo gjøre med mange forskjellige typer sequencere, keyboards og trommemaskiner.” (INT 2.)

Det finnes et stort marked for sequencere, trommemaskiner og keyboards.

Dette har hatt en enorm påvirkning på hvordan dagens produsenter jobber kontra for femti (50) år siden. Tilgjengeligheten og pris på utstyr har mye å si:

S: “Ja, det er jo så lett å skaffe seg utstyret man trenger for å foreta en innspilling. For femti år siden, for eksempel, var det ikke på langt nær like vanlig å ha tilgang til utstyret du trengte.”

I: “Så du snakker om at tilgjengelighet til utstyr har mye å si..?..”

S: ”Mhm.” (INT 2.)

I dag følger det med et musikkprogram som en del av OSet (Operativsystemet) til Mac.

“Garageband” er en begrenset utgave av Apples, “Logic”:

S: “Mhm. De fleste har jo en laptop i dag. Og det å anskaffe seg en sequencer til den laptopen trenger ikke å koste mer enn 1400,- for Logic.”

(*Peker* og bruker det som eksempel, da vi foretar en innspilling med akkurat det programmet).

Overgangen fra analog til digital musikkproduksjon har hatt enorm påvirkning på bransjen som helhet. Det finnes mange bruksområder for en laptop med DAW, der den moderne musikkprodusenten først og fremst ser den som nullpunktet for all lydproduksjon:

I: ”I løpet av en prosess der du jobber med artist, der dere holder på å lage en innspilling - vil du si du tilbringer mer tid foran PC-skjermen enn du bruker bak trommesettet?”

S: “Jaja. Mye mer. Det er helt naturlig, som en produsent.

Det er der all informasjon samles og der alt skal settes til det ferdige resultatet, derfor er det veldig naturlig at det brukes mest tid der”.

5.4 Kategori 3.a (Avtaler, låtandeler)

Sammenfallende spørsmål 4.

INT 1: *“Men dersom det kommer inn en kakebit som allerede er oppstykket, trur du at du enten bevisst eller ubevisst, tar grep i låta som gjør at din slice (andel) blir større?”*

Blir avbrutt

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

INT 2: *“Når du setter i gang et slikt samarbeid, er det sånn at du pøser på med flest mulig ideer for å få den variable prosenten din opp så høyt som mulig, eller opplever du en...”* **Blir avbrutt**

(Kommer fra en samtale om variable rettighetsfordelinger i en kreativ prosess) *“Er det slik at du utnytter den åpne avtalen, med å pøse på med ideer, slik at din andel kan bli så høy som mulig?”*

“Nei”, er det unisone svaret fra INT. 1 og 2.

Det er interessant at jeg blir avbrutt midt i spørsmålet i begge intervjuene.

Uten å spekulere rundt objektene intensjoner, er det opplagt at det er et sårt tema:

S: *... at det liksom er en sånn felle? Nei, ikke en felle..* **Blir avbrutt**

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

S: *“Åja, sånn, ja! Det er jo et litt sånn tricky spørsmål, da! Ja, litt sånn..”*

I: *”Hehe.”* **ler litt lurt**

S: *“Det kan jo hende at det er noe jeg underbevisst gjør, men jeg har jo ikke nødvendigvis tenkt på det. Men..”* **Kaffemaskinen starter igjen* (INT 1.)*

Det finnes andre produsenter som “utnytter systemet” ved å gjøre kompositoriske justeringer som øker deres andel, men det er ikke å ha et ærbart og kreativt fokus:

“Nei-eeei. Jeg ville.. Jeg prøver å unngå å tenke økonomi i det hele tatt, i en kreativ prosess. For da er det alltid det musikalske som står i fokus. Og det viktigste av alt er at musikken blir så fet som den kan bli. Om det er min idé eller andres ideer har ikke så mye å si.” (INT 2.)

I: *“Det er interessant det med låtskriverrettigheter, som en del av produsentkompensasjon - er det noe som er fastsatt? Som en fast andelssats, at det f.eks er en fastsatt prosent når dere går inn i et samarbeid eller varierer det låt til låt?”*

S: *“Nei, det varierer fra låt til låt. Jeg har vært med i noen prosjekter der det har vært en slags fast sats.”*

Tenker seg om

“Men den har kanskje variert litt, avhengig av hvor involvert man har vært i komposisjon, arrangement og produksjon.”

(...)

*“I det prosjektet var den faste satsen, mer eller mindre, på tolv og en halv prosent (12,5%) Ehhh” *Tenker seg godt om**

Og det varierte mellom 12,5 - ti prosent (10%)

I: *“Ja.”*

S: *“Avhengig av hvor involvert man hadde vært.”*

Og så.. **Tenkepause**

“I et annet prosjekt, så lå det på ti prosent (10%). Det var en standard. Og det en albuminnspilling.”

*Ehhh. *tenker seg om**

“Det er rundt der det har ligget for meg.” (INT. 1)

Fordi INT. 1 og 2 jobber sammen som produsenter, må nødvendigvis INT 1. motta den samme satsen som INT 2. - dersom det er en fastsatt sats:

“Ja, jeg og INT 2. har jo på en måte blitt enig om.. Vi har ikke noe sånn avtale på papir, vi. Det kan jo hende vi gjør det hvis vi må det i forbindelse med en eller annen deal, eller et eller annet, men.. Men vi går inn med 50/50.” (INT. 2)

INT 1. og 2. har en fast splitt, der de alltid går inn med lik deling dersom de jobber sammen, men begge forholder seg til variable prosenter delt ut av artisten. Begge mener at det kan være vanskelig å fordele prosenter før den kreative prosessen er ferdig:

S: Jeg tror det vanskelig å fordele prosentene før man har spilt inn en låt. (INT. 1)

INT. 1 legger vekt på et annet perspektiv i rettighetsfordeling med fastsatt sats:

“Det er fire stykker (personer) i studio og alle går inn med 25/25/25/25, men så sitter man der og jobber i to dager, så ligger bare den ene personen på sofaen og er liksom helt død. ikke sant..?.. Og har null.. bidrar null i prosessen.. Men så.. Etter en og en halv dag, så plutselig synger han et eller annet, mens han ligger i sofaen der, og så er det som blir det shit.”

(...) Viss man går inn for en avtale og går inn med det, så må man på en måte godta at.. Det kan jo være at jeg (setter seg i første person for han i sofaen) ikke kommer med noen ideer, på en måte.

Når vi to går inn og lager en sang sammen og du bare er helt sånn.. Den dagen er du geni og lager alt og så føler du etterpå at det er feil. Men jeg tror det er veldig viktig at man.. Altså; Andre ganger så er det motsatt da.. Man må bare være.. Jeg vet ikke..

I: Ja, du tror kanskje at det balanserer seg med tiden?

S: Ja, ikke sant. (INT. 1)

INT 1. Fokuserer her på viktigheten av ideen og ikke tiden som ligger bak. Når man jobber sammen i studiosammenheng er det vanlig at man har dager som man er på og av, men med tiden balanserer dette seg ut til å bli rettfærdig.

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

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

*S: Ja, akkurat der er det Artist X sin del. *Kaffemaskinen bråker* (INT 1.)*

Dersom INT 1. og 2. blir engasjert av en artist som i forkant har jobbet med en låtskriver, tar de låtandeler ut av artisten sin andel.

5.5 Kategori 3.b (Avtaler, honorar)

Utfyllende spørsmål 1.

INT 1: *“Har du noen gang blitt kontaktet av noen av de bransjefolkene du nevnte tidligere, og så har gitt deg et tilbud med en artist du ikke kjenner til, eller noe sånt noe?”*

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

”Kan det være at plateselskapene ikke har like mye penger som før og at det ikke er like store forskudd som før?”

INT 2: *“På hvilken måte har den økonomiske modellen, eller, kompensasjonen av produsentens arbeid i studio forandret seg? Hva tror du og hvilket inntrykk har du av den utviklingen?”*

“Så det er liksom ikke en del av avgjørelsen når du velger å ta på deg et prosjekt, eller er det økonomiske insentivet som blir gitt en stor prioritet for deg?”

Både INT.1 og 2 har et klart inntrykk av at det er mindre forskudd fra plateselskapene:

S: *“Nei, det har de ikke. Folk lager jo sine egne selskap, ikke sant. Sånn som med Artist X - hun har jo bare sitt eget selskap, som Sony bare leier og lisensierer bort.*

(Innspillingen/masteren) Hele den gamle modellen er jo snudd.

(...) Jeg har jo ikke vært så lenge i den her bransjen. Men det er veldig tydelig at det har skjedd mye forandringer (på kort tid). Det er det jo. Og det påvirker jo da både plateselskapene og produsentene og...”

pause

I: *“... Hele næringskjeden...?”*

S: *“Ja, hele næringskjeden. Rett og slett.” (INT. 1)*

Artistene som INT 1. Og 2 blir engasjert av er egenprodusenter, som eier sine egne innspillinger. Plateselskapene gjør fortsatt bestillinger der de gjerne pøser inn forskudd, men da gjerne til bestillingsverk og mindre kredible prosjekter:

“Nei, det er ingen som har sagt: «Hei, her har du 50 000,- vi trenger disse låtene...»

Det har bare vært folk som har vært opptatt av de kunstneriske..”

I: *“Så de kreative folka..”*

blir avbrutt

S: *“Folk jeg ser på som kreative sjeler som har tatt kontakt.*

Ikke sånne... ehh. Hit Machines.”

Den verden som du finner i platebransjen der de ringer og sier: «Vi trenger en låt et TV-program.» Den bransjen er jeg liksom ikke i. Og den vet jeg ikke om jeg helt har lyst til å være i heller.”

(INT 1.)

Her forsøker INT. 1 å distansere fra en type produsenter i bransjen - “Hit Machines” eller de som er “In It For The Money”. Her er tydelig at store forskudd blir assosiert med prosjekt som ikke har stor kredfaktor ved seg. Skillet går mellom bestilling direkte fra et plateselskap og et ønske om samarbeid fra en artist som er kunstnerisk motivert. INT. 2 svarer dette da han blir spurt om det økonomiske insentivet er viktig for han når han velger å ta på seg et prosjekt:

S: *“Nei..? Ehh..”*

Tenker seg godt om

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

I: *“Har du vært borte i slike situasjoner mange ganger?”*

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

Hverken INT. 1 eller 2 ønsker å se honorar som hovedinsentivet til å jobbe med en artist, men INT. 2 poengterer at han lærer gang på gang hvor viktig det er å ha en avtale i forkant av påbegynt arbeid.

Det kan i midlertidig være litt vanskelig å kreve faste satser for honorar og rettigheter:

“For eksempel da vi inngikk et samarbeid med Artist X, så var vi redde for å kreve for mye, fordi det var så stort for oss å jobbe med han.” (INT. 2)

“Jeg føler ikke noe press på at, nå må jeg ut å tjene til livets opphold.

Jeg vet ikke om det er dumt eller ikke, men det finner jeg kanskje ut av plutselig. Men, det gjør at jeg sånn som med Artist X, at jeg på en måte har sagt: «La oss bare lage noe musikk sammen, så ser vi bare hva som skjer, og så tar vi der derfra».

Jeg vil prøve å ikke være sånn at..

Jeg føler jo meg ung i denne verden og.

Dersom jeg krever for mye så kanskje ikke får så mye jobber heller, ikke sant.” (INT 1.)

I motsetning til et kortsiktig honorar, der man “selger sjela”, er det å gjøre et godt stykke kreativt arbeid er et hovedinsentiv, da man har mulighet til å tjene på sikt:

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

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

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

I: “Mener du et honorar?”

S: “Et honorar er jo mer.. Ehh.. La oss se om vi kan lage noe gøy sammen. Og viss det ikke blir noe bra så driter vi i det og viss det blir bra, så tjener vi noe på sikt. Og med det mener jeg jo at man får litt honorar i form av salg for eksempel - altså; produsentroyalties. Og at man får en bit av TONO, for man har jo vært med i arrangementen og komponeringen av musikken. Det er jo mer av den nye varianten som jeg oppfatter skjer mer.

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

Jeg jakter liksom ikke på en sånn «steady income», for det er det jo ikke helt i den bransjen her. I hvert fall akkurat for meg, nå. (INT 1.)

INT 2. Svarer i midlertidig med:

S: “Mhm. Ehh.. Mitt inntrykk er at det generelt er mindre penger i musikkbransjen enn i CD og LP-alderen. Så jeg tror at det er mindre honorarer eller svakere økonomisk kompensasjon av produsenter som jobber i dag kontra de som jobbet før.

Så er det jo en tendens, som vi har snakket om tidligere, at produsenter ofte tar litt høyere prosentandel av rettighetene og kanskje et lavere honorar.”

I: “Mhm. Så kompensasjonen den består mer av komponistandeler enn i form av et honorar som en del av forskudd fra plateselskap?”

S: “Ja, noe sånt noe.”

INT 1. Mener at man i det lange løp vil tjene på å gå inn i et kreativt samarbeid der kompensasjonen dreier seg om royalties og låtandeler, da det som virkelig blir bra tåler tidens tann. “Å tjene på sikt” er mer ærbart enn å tjene på kortsiktig honorarbasis. INT 1. og 2. gjør seg avhengig av låtandeler for å kunne tjene penger på sitt arbeid, da de ikke forhandler i forkant av prosessen. Samtidig hevder de at de ikke tar kreative grep som de bruker som argument når prosessen er ferdig og fordelingen skal skje:

S: “Den avtalen er jo liksom ikke helt på plass.”

I: “Hehe, nei..?”

S: “Men det er jo kanskje et bilde på at ting er så.. hehe.”

I: “Er det en stipla linje dere må signere, liksom..?”

S: “Nei nei, vi har ikke gjort noe sånt, men det kan jo godt hende vi gjør det. Det må vi nok gjøre. Foreløpig så er jo ingenting av det vi har gjort.. (Snakker om antall utgivelser) Det er jo bare én sang som er blitt gitt ut. Men, ikke den EPen, og kanskje den neste EPen vi jobber med. Ingenting er blitt gitt ut enda (I sin helhet i.e EPen) Det er nok kanskje sånn at vi skal forhandle litt nå snart *ler litt usikkert*. Men jeg har liksom bevisst prøvd å.. ehh.. Prøvd å liksom litt sånn.. ehh... Jeg vil ikke kalle det ydmyk *sagt veldig ydmykt* Men bare ikke, liksom.. Gå for hardt inn, da. (INT. 1)

I tiden mellom de to intervjuene (21.03. - 01.05.16), ble avtalen med Artist X gjennomført:

I: “Vi snakka litt om den avtaleformen der dere jobber mer etter låtprosent og at dere ikke har noen veldig konkret avtale ved inngåelse i et samarbeid. Og at dere ikke hadde noen konkret fordeling etter avtale fra starten av.”

S: “Mm. Ja.”

I: “Har dere nå fått jobbet frem en avtale nå som dere er så nær slippdato?”

S: “Ja.”

Lengre pause

I: “Stemmer. Så bra.

Går det på honorarer eller låtrettigheter i den avtalen der?”

S: *Det er faktisk en kombinasjon! Og det liker jeg veldig godt. Det er en god løsning. Det gir deg en slags trygghet i bunnen, men så har du også muligheten til å tjene mer på det til syvende og sist enn hva man ville sisset igjen med uten de prosentene. Dersom det blir en hit,*

så blir jo mest sannsynlig mer og hente enn dersom man ikke hadde hatt noen rettighet til låtene. (INT 1.)

Selv om INT 1 og 2. Hevder de ikke er opptatt av å bli rike, er de opptatt av å kunne tjene til livets opphold. INT 1. ser ikke fast inntekt eller økonomisk forutsigbarhet som et kriterium for å ta på seg et prosjekt:

“Men akkurat grunnen til at jeg ikke har gjort så mange avtaler er at jeg er mer interessert i det kunstneriske og hva som kan skje og hva slags musikk vi kan lage, enn at jeg skal få det jeg har rett til å få.. Akkurat nå, i livet.” (INT. 1)

Kapittel 6. Konseptutvikling og konklusjon

6.1 Oppsummering

Prosesen for avhandlingen kan oppsummeres slik:

Erfaring → Problemstilling → Etablert teori → Valg av metode → Fri samtale (Intervju) → Transkripsjon → Kategorisering fra spørsmål → Kodegenerering fra svar → Sammenligning og analyse av svar → Utvikling av konsept → Besvarelse av problemstilling.

For å vise sammenhengen mellom kategori 1. (Produsentens rolle), kategori 2.

(Musikkteknologisk påvirkning) og kategori 3. (Avtaler, låtandeler og honorar), har jeg valgt å skrive den innledende konklusjonen ut ifra kategoriene i sammenhengende tekst. Underveis følger skjematiske konsepter før den endelige besvarelsen på problemstillingen blir presentert. Presentasjonen av konseptene som følger, tar forebehold om at det finnes mange forskjellige situasjoner og sammensetninger av næringskjeder i bransjen.

6.2 Konseptutvikling

Siden produsenter fikk råd til egne prosjektstudioer (ca. 1950-tallet), er det blitt produsert musikk som ikke nødvendigvis har blitt forskuttert på bestilling fra et plateselskap.

Dette skiftet fratok plateselskapene monopolet til “musikkproduksjonslinja” og gav mer makt til selvstendige produsenter.

Teknologien nådde “Soveromsprodusentene” på 80-tallet, da blant annet 4-båndopptakere (8-bit Keys, 2016) tillot artist- og produsentamatører å spille inn demoer med flere spor (How oldschool multi-track recording works. Tascam 4-track, 2016).

Da musikkproduksjon ble digitalisert på 90-tallet, (Hardware → Software), fjernet dette de teknologiske barrierene for amatører. Demoen ble omdefinert fra låtskriving og potensiale til produksjon og produkt - en ny generasjon produsenter ble i standgjort.

Produksjonsrevolusjonen, i kombinasjon med lavere omsetning i platebransjen, har ført til store strukturelle forandringer i musikkbransjens næringskjede.

Musikkproduksjon og distribusjon er spesielt preget:

Eksempel på en analog modell:

Låtskriver/Artist → Artist → Demo/Låt → Platekontrakt → Produsent → Produksjon → Fysisk distribusjon → Salg over disk

Eksempel på en digital modell:

Låtskriver/Artist/Egenprodusent → Demo/Idé → Produsent → Låtskriving/Produksjon → Digital distribusjon → Strømming/Nedlasting

Produsentens rolle har alltid vært løst definert, da teknologi er i konstant forandring. Det legges nå større vekt på ferdigheter innen teknisk kunnskap, utøvende ferdigheter, komposisjon og arrangering.

Som et resultat av denne strukturforandringen er ikke produsenten nødvendigvis lenger en mellommann mellom plateselskap og artist, men en stor kreativ kraft, som har inntatt flere roller som tidligere var separert:

ROLLE:	HONORAR:	RETTIGHET:
Produsent	Ja	Royalties (Avregning basert på salg)
Musiker	Ja/Nei	Utøversektor, (Gramo), Klasse: A, Artist eller B, Musiker

Arrangør/Bearbeider	Ja/Nei	Arrangør/Bearbeidelsesandelen, (TONO), 1/3 -del og 1/2 -del
Komponist	Ja/Nei	Tekst og melodi 1/2-del i verket

Figur 10.

Produsent: (Burgess, 2001, s.150)

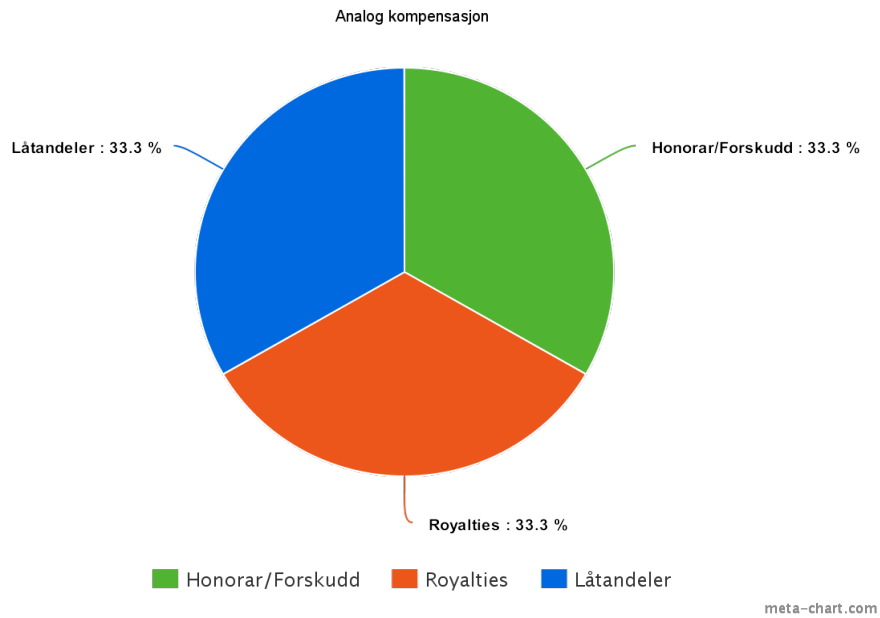
Musiker: (Fordelingsreglement, 2008)

Arrangør/Bearbeider/Komponist: (Fordelingsplan, 2010)

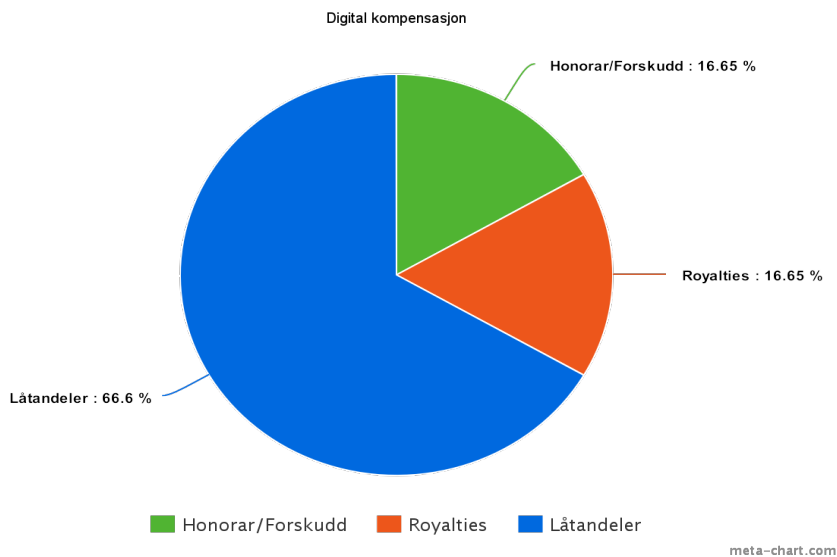
Mange artister velger å være egenprodusenter. Disse velger å droppe plateselskapet som mellommann, finanskilde til innspilling og tilrettelegger for utgivelse. Artisten er blitt mer selvstendig ved å finansiere og eie sine egne innspillinger. I noen tilfeller kan artisten benytte seg av alternative finansieringskilder til innspilling, blant annet ved å involvere fanbasen sin. “Crowdfunding” er derimot ikke et optimalt alternativ til forskudd fra et plateselskap. Et økt behov for ytterligere finansmidler blant mellomstore artister, er en klar indikator på at risikoviljen har gått ned sammen med den samlede omsetningen til bransjen. Ved å lisensiere bort sine innspillinger kan noen artister allikevel nyte godt av distribusjonsnettene og kontaktene til større plateselskap. Artisten og produsenten er blitt økonomisk svekket som et resultat av minkende forskudd fra plateselskapene. På en annen side er de blitt styrket av utviklingen innen musikkteknologi.

Nå som gryende artister og unge produsenter jobber digitalt, i programmer som Logic og Pro Tools, starter låtskrivingen ofte parallelt med produksjonen.

Artistene tar gjerne med en demo eller skisse i studio som blir bygget videre på i samarbeid med produsenten. Der produksjonen startet på nytt i den analoge æraen, kan man nå bygge videre på ferdig innspilt materiale i den digitale æraen. Nedgangen i forskudd og salg har ført til at artisten og plateselskapet ikke kan kompensere produsenten med like store honorarer og salgsroyalties som tidligere. Låttrettigheter har i større grad blitt en del av kompensasjonen til produsenter som et resultat av rollesammensmeltingen:



Figur 11.



Figur 12.

(Figurene viser ingen eksakte tall eller verdier - den er ment som en demonstrasjon av konseptet i teksten over)

Unge produsenter, som er nye i markedet, er komfortable med en slik avtale.

De ser som en slags todelt risiko:

- Dersom låten gjør det bra og får mange avspillinger på radio, tjener de ytterligere på låtrettighetene.
- Dersom sangen ikke gjør det bra på radio, fikk de i hvert fall et honorar til å dekke studio- og levekostnader.

Risikoen i en slik avtale er stor og i noen tilfeller blir ikke prosentfordeling, honorar og royalties forhandlet i forkant av jobben.

6.3 Konklusjon

Nå som produsenter er blitt så avhengige av variable rettigheter som kompensasjon - Hvordan påvirker et ønske om låtandeler deres kreative valg i studio?

Store honorarer uten eierrettigheter blir sett på som mindreverdige enn små honorarer med store eierrettigheter. Store summer penger blir ikke forbundet med kunstnerisk arbeid, men bestillingsverk som er til for å mette et marked skapt av bransjen. Eierrettigheter er viktig, men ikke nødvendigvis i en økonomisk forstand. Eierrettigheter reflekterer først og fremst kredibilitet, ikke økonomisk kompensasjon. Produsenter, som operer med åpne avtaler, har mulighet til å påvirke utfallet av deres eierskap, men den kollektive - kunstneriske prosessen er viktigere enn enkeltpersonens bidrag og innsats. Disse verdiene, i kombinasjon med at produsenter fortsatt får honorar for sine tjenester, forhindrer dem i å ta "unødvendige" kreative grep for å øke sin andel.

Litteraturliste

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

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

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

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

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

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

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

Cane, P. & Monaghan, J. (2009). *The new oxford companion to law*. Oxford: Oxford university press.

Fordelingsplan. (2010). *Fordelingsplan for TONO*. Hentet fra <http://www.tono.no/om-tono/tono-i-tall/fordelingsplan/>

Fordelingsreglement. (2008). *Fordelingsreglement for Gramo*. Hentet fra <http://www.gramo.no/om-gramo/fordelingsreglement/>

Frith, S. (1992). Popular music. I L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler (Red.), *Cultural studies* (s. 174-187). New York: Routledge.

Frith, S. & Marshall, L. (2004). *Music and copyright*. Edinburgh: Edinburgh University Press

Grenness, T. (2004). *Hvordan kan du vite om noe er sant?: Veiviser i forsknings- og utredningsarbeid for studenter, ledere, konsulenter og journalister*. Oslo: Cappelen akademiske forlag.

Grohl, D., Rota, J. A. & Ramsay, J. (Regissør og produsenter). (2013). *Soundcity [DVD]. USA: Roswell films*

How oldschool multi-track recording works. Tascam 4-track (2016). [Filmklipp]. Hentet fra https://www.youtube.com/watch?v=6d_MgPm8yYQ

Huber, D. M., & Runstein, R. M. (2014). *Modern recording techniques*. Burlington: Focal press

IFPI. (2013) *Music in numbers*. Hentet fra <http://www.ifpi.org>

Indiegogo (2016,15.11). Hentet fra <https://www.indiegogo.com/>

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

Johannesen, A., Tufte, P. J. (2002). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt

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

Klimis, G. M., Wallis, R. (2009). Copyright and entrepreneurship: catalyst or barrier? *Information, Communication & Society*. 12(2009). 267-286. Hentet fra <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691180802459989>.

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

Leptous (2016,23.02) Hentet fra <https://www.facebook.com/leptousband/videos/>

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

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

Marshall, C. & Rossman, G. B. (2011). *Designing quantitative research*. Thousand oaks, Calif.: SAGE publications ltd.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Switchfoot. (2011). *Selling the news* [CD]. San Diego: Atlantic records.

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

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

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

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

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

Towse, R. (2010). Creativity, copyright an the creative industries paradigm. *Kyklos*. 63 (3), 461-478.

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

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

Information, Communication & Society, 12 (2009), 251-266. Hentet fra <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13691180802459971?scroll=top&needAccess=true>.

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

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

Wikström, P. (2009). *The music industry: Music in the cloud*. Cambridge: Polity press.

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

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