

## **Hvordan bidrar lysdesign og pyroteknikk til å forsterke konsertopplevelser og hvordan kan det bidra til utviklingen av livemusikk?**

Tuva Amalie Svelland

**VEILEDER**

Michael Rauhut

**Universitetet i Agder, 2022**

Fakultet for Kunstfag

Institutt for Rytmask Musikk

## Sammendrag

Denne studien handler om å finne ut mer om hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar til å forsterke konsertopplevelser, og hvordan bruken av lysdesign og pyroteknikk bidrar i utviklingen av livemusikk. Gjennom dybdeintervjuer og dokumentundersøkelse kartlegger jeg hvordan eksperter innenfor lysdesign, pyroteknikk og konsertproduksjon forholder seg til utviklingen av livemusikkbransjen, og hvordan de arbeider for å skape ekstraordinære opplevelser for publikum. Oppgavens overordnede problemstilling lyder som følger: *Hvordan bidrar lysdesign og pyroteknikk til å forsterke konsertopplevelser og hvordan kan det bidra til utviklingen av livemusikk?*

For å komme frem til en konklusjon av den overordnede problemstillingen har jeg benyttet fire forskningsspørsmål som rammeverk for forskningen. Tematikken rundt disse spørsmålene består av teknikere og designeres samarbeid med artister, om skapelsen av ekstraordinære konsertopplevelser, og om livemusikkens fremtid.

Fra analysen og diskusjonen av datamaterialet blir viktigheten av å være oppdatert på oppdatert på teknologisk utvikling belyst. Moderne teknologi vil fortsette å trekke livemusikken videre, med stadig nye og innovative verktøy og løsninger. At aktørene i bransjen dermed har høy kompetanse, og at det utdannes og rekrutteres flere personer med høy kunstnerisk og teknisk forståelse, vil derfor være essensielt for å trekke livemusikken videre i en ønsket retning. Et annet viktig funn i denne studien er at konserter stadig blir mer publikumstyrt. Publikum har «makten» over hva som tilbys, da deres krav og ønsker baseres på muligheter på verdensbasis. Sosiale medier bidrar til å sette forventninger for publikum og deling av konsertbilder fungerer som et effektivt markedsføringsverktøy. At den visuelle utformingen av konsertene er sentral og har en viktig posisjon i fremtidens livemusikk, kan mange i bransjen si seg enige i.

Studiens resultat vil kunne bidra til å gi større forståelse for hva som må til for å øke verdien av konsertopplevelsen for publikum. Dette i en tid hvor livemusikken har potensiale til å bidra til stor verdiskaping for samfunnet. Resultatene vil også kunne gi større kunnskap om hva som må til for å trekke livemusikken i den retningen som gir mest verdi for både publikum, artistene og de som arbeider i livemusikkbransjen.

## Forord

Denne masteroppgaven er skrevet i forbindelse med masterstudiet *Project Management for Music and Stage*, ved Universitetet i Agder. Oppgaven markerer avslutningen på to svært lærerike år, og totalt fem år som student i Kristiansand. Gjennom arbeidet med denne oppgaven har jeg knyttet nye vennskap og skaffet meg et helt nytt nettverk i Oslo, innenfor en bransje som jeg ser for meg å fortsette min karriere innenfor. Arbeidet med oppgaven har til tider vært krevende, men har i all hovedsak vært morsomt, spennende og lærerikt.

Jeg vil først og fremst takke informantene som har bidratt med interessante og innsiktsfulle erfaringer og meninger til dette forskningsprosjektet. Flere av disse menneskene har sett min store interesse for feltet, og gitt meg muligheter som jeg er veldig takknemlig for å få lov til å begi meg ut på. Videre vil jeg takke min dyktige veileder, Michael Rauhut, for et godt samarbeid i dette prosjektet. Til tross for at våre samtaler har foregått digitalt over Zoom det siste halvåret, har jeg opplevd å få raske og presise tilbakemeldinger. Michael har god innsikt og mye kunnskap, og det har vært gøy å diskutere oppgavens temaer med han.

Tusen takk til familie og venner som har motivert meg i arbeidet med dette prosjektet. Jeg setter stor pris på alle oppløftende og motiverende ord. En spesiell takk til mamma som har kommet med konstruktiv kritikk, og minnet meg på å ta pauser. Stor takk vil også gis til mine fire medstudenter gjennom de to siste årene. Vi har blitt gode venner gjennom denne perioden og jeg gleder meg til å se hvor vi alle går videre etter dette. Jeg vil også rette en takk til Kyrre Karlsen for stort engasjement og gode råd i oppgavens siste fase.

# Innholdsfortegnelse

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Sammendrag</b> .....                                   | <b>2</b>  |
| <b>Forord</b> .....                                       | <b>3</b>  |
| <b>1.0 Innledning</b> .....                               | <b>6</b>  |
| 1.1 Problemstilling og påstander.....                     | 7         |
| 1.2 Avgrensning .....                                     | 8         |
| 1.3 Problemstillingens tematikk .....                     | 9         |
| <b>2.0 Litteraturgjennomgang</b> .....                    | <b>12</b> |
| 2.1 Kulturindustriene .....                               | 12        |
| 2.2 Musikkbransjen.....                                   | 13        |
| 2.3 Livemusikkbransjen.....                               | 16        |
| 2.4 Endringer i livemusikkbransjen .....                  | 17        |
| 2.5 Ekstraordinære opplevelser .....                      | 19        |
| 2.6 Lysdesign og fargeteori.....                          | 20        |
| 2.7 Pyroteknikk .....                                     | 21        |
| <b>3.0 Metode</b> .....                                   | <b>23</b> |
| 3.1 Valg av metode .....                                  | 23        |
| 3.2 Kvalitativ metode.....                                | 23        |
| 3.2.1 Individuelle dybdeintervjuer.....                   | 24        |
| 3.2.2 Semistrukturert intervju .....                      | 24        |
| 3.2.3 Utvalg dybdeintervjuer .....                        | 24        |
| 3.2.4 Informantene .....                                  | 25        |
| 3.2.5 Intervjuguide .....                                 | 26        |
| 3.2.6 Gjennomføring av intervjuene .....                  | 27        |
| 3.4 Dokumentundersøkelse .....                            | 28        |
| 3.4.1 Kritiske synspunkter til dokumentundersøkelse ..... | 28        |
| 3.4.2 Utvalg dokumentanalyse.....                         | 29        |
| 3.4.3 Gjennomføring av analysen .....                     | 30        |
| 3.7 Relabilitet.....                                      | 31        |
| 3.8 Validitet.....  | 32        |
| 3.9 Kritiske synspunkter til datainnsamling.....          | 32        |
| <b>4.0 Analyse</b> .....                                  | <b>34</b> |
| Forskningsspørsmål 1: .....                               | 35        |
| Oppsummering av forskningsspørsmål 1.....                 | 36        |
| Oppsummering av forskningsspørsmål 2.....                 | 42        |
| Forskningsspørsmål 3: .....                               | 43        |
| Oppsummering forskningsspørsmål 3 .....                   | 46        |
| Forskningsspørsmål 4: .....                               | 47        |

|   |           |
|---|-----------|
| Oppsummering forskningsspørsmål 4 .....   | 51        |
| <b>5.0 Drøfting.....</b>  | <b>53</b> |
| 5.1 Teknologiske utviklinger .....  | 53        |
| 5.2 Behov for sterk kompetanse .....  | 55        |
| 5.3 Sosiale medier som markedsføring av konserter.....                          | 57        |
| 5.4 Oppsummering av drøftingen.....   | 58        |
| <b>6.0 Konklusjon .....</b>   | <b>59</b> |
| 6.2 Videre forskning.....   | 64        |
| <b>7.0 Litteraturliste.....</b>   | <b>65</b> |
| Internettkilder:.....   | 67        |
| Figuroversikt: .....  | 69        |
| <b>8.0 Vedlegg .....</b>  | <b>70</b> |
| <b>Vedlegg 1:</b> Informasjonsskriv til deltakerne i forskningsprosjektet ..... | 70        |
| <b>Vedlegg 2:</b> Samtykkeerklæring.....  | 72        |
| <b>Vedlegg 3:</b> Godkjenning av NSD.....                                       | 73        |

## 1.0 Innledning

Gjennom dette prosjektet ønsker jeg å utforske hvordan bruken av lysdesign og pyroteknikk er med på å utvikle måten livemusikkarrangementer skapes. Jeg er interessert i å se på hvordan lysdesign og pyroteknikk er med på å skape bedre konsertopplevelser for publikum og hvordan denne type livemusikkforestillinger er med på å trekke livemusikkbransjen videre.

For å avgrense oppgaven, har jeg valgt å snevre inn omfanget av forskningen til *lysdesign* og *pyroteknikk*, og påvirkningene disse har på totalproduktet av konserten. Det finnes en mengde forskjellige visuelle effekter som benyttes i produksjonen av konserter som ville vært både interessant og relevant å inkludere i forskningen. På grunn av tidsbegrensninger og oppgavens natur, velger jeg å spisse meg inn på nettopp lysdesign og pyroteknikk.

Lys- og pyroeffekter benyttes på konserter for å øke den totale opplevelsen for publikum. I flere tilfeller er det ønskelig å gjøre konserter til ekstraordinære opplevelser. Ekstraordinære opplevelser kan sies å være begivenheter med høy følelsesmessig intensitet, som skapes underveis i utførelsen, hvor deltakeren er en del av skapelsen av opplevelsen (Mossberg, 2007, s. 25). Hva som kjennetegner ekstraordinære opplevelser, vil forklares grundigere i kapittel 2.0 *Litteraturgjennomgang*.

At visuelle elementer kombinert med musikk, skaper et forsterket totalprodukt er ikke det denne oppgaven har til hensikt å bevise. Denne oppgaven legger til grunn at resultatet av en konsert, festival eller annen livemusikkproduksjon blir forsterket når showet består av mer enn bare musikalske komponenter. Oppgaven vil ikke drøfte hvorvidt visuelle effekter og estetisk utforming har en effekt eller ei, men *hvordan* den visuelle utformingen bidrar til å skape disse ekstraordinære opplevelsene, og hva som må til for at de avanserte prosessene i det heletatt lar seg gjennomføre.

Gjennom dette forskningsprosjektet ønsker jeg også å utforske hvordan bruken av lysdesign og pyroteknikk på konserter er med på å forme en bransje i utvikling. Musikkbransjen er i konstant forandring i takt med endringen av samfunnets ønsker og preferanser. Ny teknologi er også med på å utvikle mulighetene for hva som gjennomførbart å skape, i henhold til den visuelle utformingen av konsertproduksjoner. Denne oppgaven vil derfor undersøke retningen av disse endringene, og hvordan dette er med på å påvirke livemusikkbransjen.

Med ønske om å skape et tydelig bilde av hensiktene for denne oppgaven, vil dette delkapittelet forklare de forskjellige temaene og komponentene som problemstillingen består av.

## 1.1 Problemstilling og påstander

Hensikten med dette forskningsprosjektet er å skape en bedre forståelse for hvordan livesektoren av musikkbransjen utvikler seg. Mer konkret, ønsker jeg å forklare hvordan produksjonsdesignet i livemusikkforestillinger er med på å skape mer helhetlige totalprodukter for publikum, hvordan det er med på å endre bransjen for artistene og andre som arbeider i livemusikkbransjen. For å avgrense ytterligere vil oppgaven sette søkelys på delene av produksjonsdesignet som består av lysdesign og pyroteknikk.

Denne oppgaven har til hensikt å besvare følgende problemstilling:

*Hvordan bidrar lysdesign og pyroteknikk til å forsterke konsertopplevelser og hvordan kan det bidra til utviklingen av livemusikk?*

Ved å analysere informasjon samlet gjennom forskningsmetodene for denne studien, vil jeg også besvare fire delspørsmål. Resultatene som legges frem av disse spørsmålene vil bidra til å besvare den overordnede problemstillingen. Delspørsmålene som skal besvares er som følger:

- 1. Hvordan jobber lysdesignere og pyroteknikere sammen med artister for å skape helhetlige konsertproduksjoner?*
- 2. Hvordan bidrar konserter til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum?*
- 3. Hvordan antas det at livemusikken vil utvikle seg fremover?*
- 4. I hvilken retning bør livemusikken utvikle seg fremover?*

## 1.2 Avgrensning

Denne oppgaven skal belyse og drøfte hvordan lysdesign og pyroteknikk er med på å skape bedre konsertopplevelser for publikum, og hvordan denne type livemusikkforestillinger er med på å utvikle livemusikkbransjen. Som problemstillingen lyder, vil hovedfokuset av forskningen dreie seg rundt de effektene som lys og pyro gir. Innledningsvis i oppgaven ble det påpekt at det finnes det en rekke former for visuelle effekter som kan bidra til å skape noe av de samme effektene som lys og pyro. På grunn av tilgang på informasjon, samt kapasitet og tidsbegrensninger, vil forskningen hovedsakelig undersøke lysdesign og pyroteknikk. Resultatene kan like vel være gyldig for et bredere omfang av konserters visuelle uttrykk.

Livemusikkforestillingene som oppgaven dreier seg om er i utgangspunktet konserter innenfor populærmusikksjangeren. En måte å definere populærmusikk på, er å koble musikken opp mot mengden av konsum, altså antall avspillinger eller salg. Denne definisjonen kan likevel være noe upresis, da all konsumert musikk ikke er mulig å skaffe oversikt over. Richard Middleton (2001) forklarer også populærmusikken som en sjanger av musikk som anses av lavere verdi og kompleksitet enn for eksempel kunstmusikk eller klassisk musikk. Populærmusikk er også i all hovedsak konsumert av den generelle befolkningen og ikke av eliten (Middleton, 2001, s. 128). Mer om populærmusikk, dens historiske utvikling vil forklares nærmere i kapittel 2.0

På bakgrunn av oppgavens omfang er forskningen begrenset til to kvalitative undersøkelser som vil belyse aspekter ved oppgavens problemstilling. Den ene undersøkelsen består av tre dybdeintervjuer av eksperter innenfor lysdesign og pyroteknikk og den andre er en dokumentundersøkelse av relevante dokumenter om de samme temaene. Forskningsprosjektet vil benytte et utvalg av forskningsmetoder som vil gi et representativt overblikk over noe eksisterende sekundærdata, samt noe ny primærdata.



### 1.3 Problemstillingens tematikk

Jeg vil nå presentere problemstillingens ulike temaer. Dette vil jeg gjøre for å skape en bedre forståelse for uttrykk og begrep som benyttes videre i oppgaven.

#### **Visuelle effekter i kombinasjon med musikk**

Visuelle effekter kombinert med livemusikk skaper et totalprodukt som jeg anser som interessant å undersøke videre og danner mye av grunnlaget for denne oppgaven. Aktører innenfor kulturbransjen som arbeider med lysdesign og pyroteknikk anser ofte deres arbeid som et kunstnerisk bidrag til musikken når det benyttes på konserter. Flere av temaene som tas opp i denne oppgaven vil derfor diskuteres med utgangspunkt i at lysdesign og pyroeffekter er en form for visuell kunst. Kunst har ofte uklare rammer og kan være vanskelig å definere. Dette kan gjøre det utfordrende å gi en konklusjon og et konkret svar på problemstillingen for denne oppgaven som vil være gjeldende for alle.

Aktører som arbeider med å skape visuelle uttrykk til konserter og andre arrangementer innenfor scenekunst anser gjerne deres visuelle bidrag som kunstnerisk. Hva som definerer kunst, er i mange tilfeller individuelt og vil derfor ikke defineres ytterligere. Noe som mange derimot er enige om, er at kunst skal bidra til en positiv og behagelig estetisk opplevelse. Det er i hvert fall dette uttrykket pyroteknikere og lysdesignere ønsker å skape gjennom deres arbeid. Dette ble lagt frem av informantene gjennom intervjuene, og blir presentert i oppgavens analysekapittel. Hvordan disse personene arbeider for å skape mer intense opplevelser for publikum, vil være et sentralt tema i denne oppgaven. Dette vil drøftes videre i *kapittel 5. Diskusjon*.

#### **Livemusikkens utvikling**

Den første registrerte litteraturen om organiserte livemusikkopptredener anses å gå tilbake til slutten av 1800-tallet. På denne tiden var livemusikk noe som hovedsakelig overklassen fikk ta del i, da det var både en kostbar og eksklusiv aktivitet (Holt, 2020, s. 27). Uten å gå grundigere inn på mer detaljer om den historiske utviklingen gjennom tidene, skal det nevnes at livemusikken har kommet et langt stykke siden 1800-tallet.

Livemusikk er i dag en stor del av samfunnets populærkultur og blir konsumert av mennesker fra alle sosiale klasser. Konserter, festivaler og klubber er de mest aktuelle eksemplene på arenaer for livemusikk i dagens moderne samfunn (Holt, 2020, s. 27).

Selv om mange elementer av konsert-, festival- og klubbkultur har vært de samme de siste tiårene, har utviklingene heller kanskje aldri vært større. Ny teknologi, samt nye ønsker og behov fra publikum, er noe av det som har vært med på å skape de største og mest revolusjonerende fremskrittene innenfor denne sektoren. Moderne teknologi har ført med seg flyvende scener overpublikum, hologrammer på scenen og armbånd med LED-lys kontrollert gjennom radiosignal. Eksempler som dette forklares videre i oppgavens analyse og diskusjon.

Metodene for å produsere livemusikkforestillinger er også endret i takt med forandringer i samfunnets ønsker og behov. Teknologien som finnes i dag gjør det mulig å lage andre typer musikk, samt andre type visuelle utforminger av forestillingene. En oversikt over de største endringene i livemusikken, samt teoretisk bakgrunn om historiske utviklinger i bransjen, vil bli lagt frem grundigere i litteraturgjennomgangen. Spesielle hendelser og arrangementer av relevans for livemusikkens utvikling vil bli diskutert i kapittel 4.0 *Analyse*.

### **Produksjonsdesign**

En betegnelse på den totale visuelle utformingen på konserter og andre livemusikkforestillinger, kan kalles for *produksjonsdesign*. (Den Norske Filmskolen, 2018, s. 34). Dette begrepet benyttes vanligvis for filmproduksjon, og er like gjeldende for livemusikkproduksjoner. Det handler om den kreative utformingen og gjennomføringen av forestillingens visuelle konsept. Produksjonsdesignet består av alt fra kulisser, rekvisitter, dekorasjon og lys, til kostymer og andre spesialeffekter. Lysdesign og pyroteknikk er deler av produksjonsdesignet og inngår derfor under denne definisjonen.

Lysdesignet på konserter er en sentral del av det totale produksjonsdesignet. De teknologiske fremskrittene som har skjedd de siste tiårene har skapt helt nye muligheter for livemusikken og har gjort det mulig å benytte lys på nye og mer kreative måter enn det som tidligere var mulig (Wild, 2005). Lys er et virkemiddel for å forsterke publikums følelser, og sette en tydeligere stemning og atmosfære rundt den historien som utspilles på scenen. Lysets styrke, farge, bevegelse og kontrast bidrar til å skape sterkere inntrykk, og kan være med på å forsterke den musikalske opplevelsen (Superlys, 2022).

Pyroteknikk er på mange av de samme måtene som lysdesign med på å forsterke publikumsopplevelsen på en konsert. Det er med på å sette en stemning og en spesiell atmosfære, som igjen kan bidra til å fremheve musikkens budskap.

Bruk av pyroeffekter på livemusikkforestillinger er også en metode for å skape et mer helhetlig totalprodukt. Pyroeffekter kan bidra til å skape en større tilstedeværelse for publikum, da man kan kjenne kruttluft, høre smell, og kjenne varmen på kroppen (Pyroteknikk, 2022).

Anvendelsesområdene og historiske utviklinger av lysdesign og pyroteknikk vil forklares og diskuteres videre i litteraturkapittelet og i analysen. Det som oppgaven ønsker å utforske, er hvordan visuelle effekter bidrar til å utvikle livemusikken, og skape nye type produkter som er mer attraktive for publikum, for artistene, og for andre ansatte i livemusikkbransjen.

## 2.0 Litteraturgjennomgang

I dette kapittelet presenterer jeg litteratur som vil bidra til å belyse hva som kjennetegner de kulturelle industriene, musikkbransjen og livemusikken. Jeg gir et overblikk over hvordan livemusikken har utviklet seg gjennom tidene, og dens relevans for dagens kultur, økonomi og samfunn generelt. Denne bakgrunnen er relevant å presentere for å kunne besvare oppgavens problemstilling om hvor livemusikken vil gå i tiden fremover. Et annet sentralt tema gjennom oppgaven er skapelsen av ekstraordinære opplevelser gjennom konsertproduksjon. Hva som kjennetegner ekstraordinære opplevelser, vil derfor legges frem. Videre utdyper jeg mer om anvendelsen og den historiske utviklingen innenfor lysdesign og pyroteknikk. Denne litteraturen vil tas opp igjen i oppgavens diskusjonskapittel for å drøfte det innsamlede datamaterialet opp mot teori. Dette vil legge grunnlag for til slutt å besvare den overordnede problemstillingen.

### 2.1 Kulturindustriene

Opgavens overordnede problemstilling skal forklare og svare på hvordan en del av samfunnets kultur, livemusikken, kommer til å utvikle seg i tiden fremover. Livemusikken er en del av kulturindustriene, også kalt de kreative næringene. Å skape et bilde av hva som kjennetegner kulturindustriene vil derfor være nødvendig for videre analyse og drøfting.

David Hesmondhalgh (2019) refererer i sin bok «The Cultural Industries» til kultur som en hel måte å leve på for en spesifikk type menneske eller sosial gruppe. Han definerer kultur som et system hvor sosial orden er kommunisert, reproduisert, opplevd og utforsket. Med denne definisjonen kan alt fra klær, møbler, biler, mat, drikke, musikk og film kategoriseres som en del av menneskers kultur. I vårt samfunn er mye av kulturen som omringer oss produsert industrielt og er i mange tilfeller former for inntekter for bedrifter som tilbyr dette som varer og tjenester. Begrepet *kulturindustriene* brukes derfor for de områdene innenfor industrien i vårt samfunn som har med kultur å gjøre. Hesmondhalgh (2019) forklarer det også som at kulturindustriene oppgjennom har blitt ansett som de institusjonene som er nærest tilknyttet og involvert i produksjonen av sosial mening.

Matsumoto (2001) forklarer også at kulturindustriene er basert på en bred definisjon av kultur. Hans definisjon legger til grunn at kultur er et sett med atferd, holdninger, verdier og tro, som deles av en gruppe mennesker og blir kommunisert fra en generasjon til den neste.

Han sammenligner menneskets forhold til kultur, med funksjonen som programvare har for operasjonssystemer: “often invisible and unnoticed, yet playing an extremely important role in development and operation” (s. 3). Matsumoto mener altså at mennesker har et underliggende forhold til kultur som er essensiell for den måten vi lever på.

I følge Hesmondhalgh (2019), inkluderer definisjonene nesten alltid formene for kultur som omfatter kommunikasjon til et publikum, skapelsen og formidlingen av tekst; det være seg TV, radio, film, aviser og bøker, samt musikkinnspilling og scenekunst. I denne oppgaven er det i all hovedsak de områdene som omfatter livemusikk og scenekunst som skal diskuteres.

## 2.2 Musikkbransjen

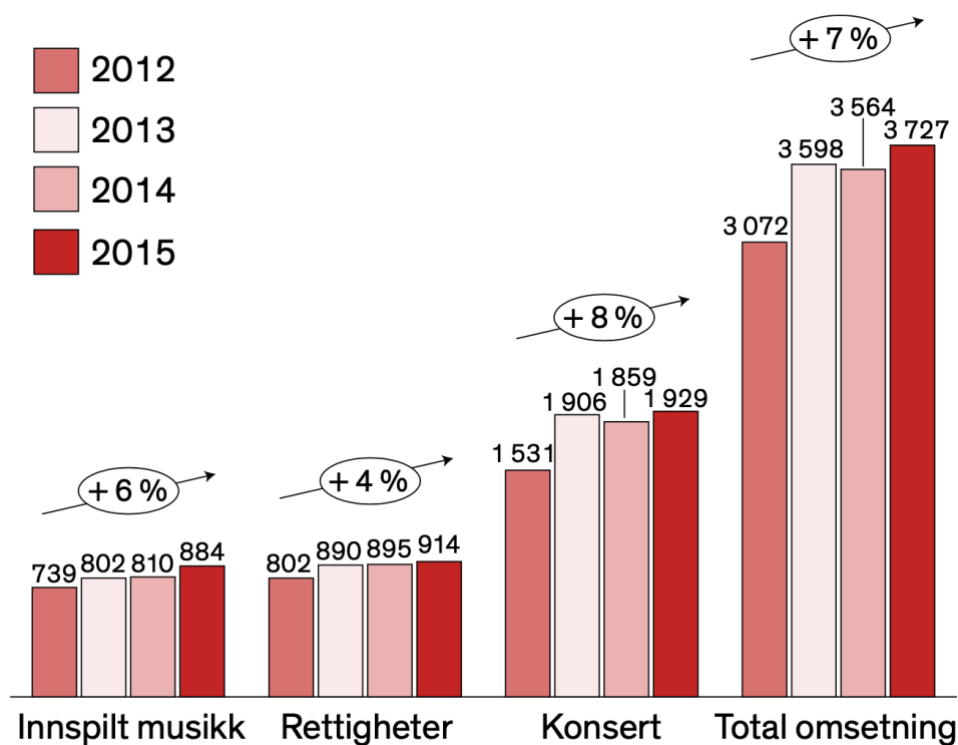
Musikkbransjen er et smalere område av kulturindustriene og omfatter de hovedtemaene som denne oppgaven baserer seg på. Selv om oppgavens hovedtema er livemusikken, vil det være relevant å forklare de forskjellige områdene innenfor musikkbransjen, da de er komplekst sammensatt og overlapper på flere områder.

Musikkbransjen består av innspilt musikk, distribusjon av musikk og livemusikk (Hesmondhalgh, 2019). Halmrast, et al. (2016) definerer musikkbransjen som «de sentrale aktørene som enten skaper, utøver, produserer eller distribuerer musikk» (s. 11).

Musikkbransjen er dynamisk og komplekst sammenkoblet og består ikke kun av en bransje, men er koblet sammen av flere strukturelt forskjellige bransjer (Sefa, 2020, s. 10). Kjernen i musikkbransjen er skapelsen og utnyttelsen av de immaterielle rettighetene til verkene. Dette starter med artister og musikkskaper som lager musikk og tekst som spilles inn, fremføres live, og distribueres til konsumenter og publikum gjennom en lisens. I tillegg til innspilt musikk, lisensiering og livemusikk, finnes også aktører som produserer og distribuerer instrumenter, sceneutstyr, programvare og ‘merchandise’ (Sefa, 2020, s. 10). Denne typen bedrifter er også en del av musikkindustrien, men ikke en del av kjernen, og vil ikke få et større fokus i denne oppgaven.

Rapporter lagt frem av Kulturrådet viser den norske musikkbransjens samlede inntekter gjennom årene. Det er kategoriene innspilt musikk, livemusikk og opphavsrettigheter som utgjør majoriteten av musikkbransjen, og det er disse kategoriene som benyttes for å vise til musikkbransjens økonomiske endringer. Rapporten fra 2016 viser til utviklingen fra 2012-2015. Her legges det frem at musikkbransjen i Norge omsatte for 3.727 millioner kroner i

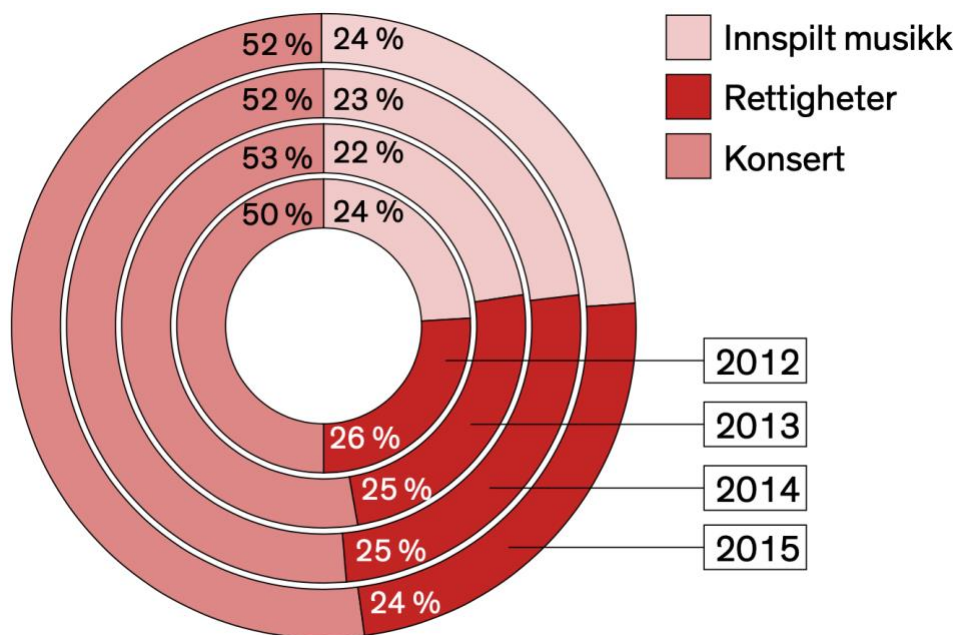
2015, noe som er 5% mer enn i 2014. Gjennomsnittlig økte bransjens totale omsetning med 7% hvert år fra 2012 til 2015. Denne omsetningen inkluderer også eksport til utland (Halmrast et al., 2016, s. 11). Figur 1 viser utviklingen av omsetningen til musikkbransjen i Norge fra 2012 til 2015. Den utviklingen i de tre forskjellige hovedkategoriene; innspilt musikk, rettigheter og konsert, samt den totale utviklingen.



Figur 1: Den norske musikkbransjen sin omsetning 2012-2015 i MNOK

(Halmrast et al. 2016. s. 11).

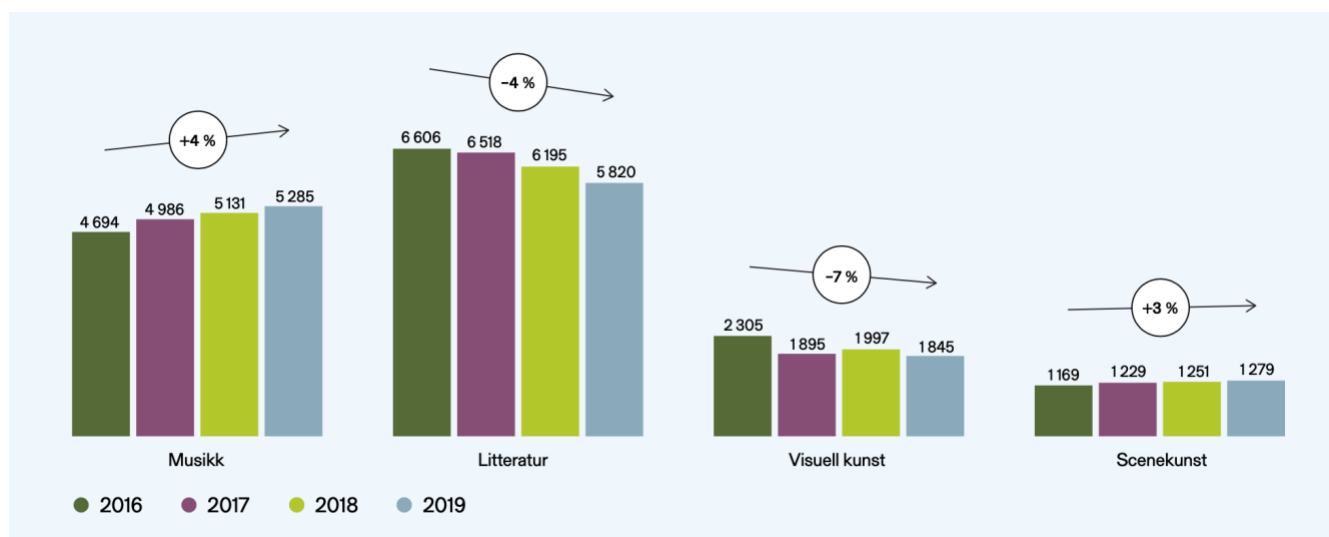
Figur 2 nedenfor viser forholdet mellom de tre kategoriene, og hvordan omsetningene er fordelt på den totale musikkbransjen. Figuren viser at det er konsert, eller livemusikk, som står for den største andelen av omsetningen. Konsertinntektene i musikkbransjen har økt med to prosent, fra 50% til 52% fra 2012 til 2015, innspilt musikk har stått stille på 24%, og rettigheter har gått fra 26% i 2012 ned til 24% i 2015. Ut ifra denne oversikten tyder det på at det er livemusikk som artister og andre aktører i bransjen vil tjene mesteparten av inntektene sine på i årene fremover.



Figur 2: Prosentfordeling av total omsetning i de ulike markedene 2012–2015.

(Halmrast, et al. 2016, s. 11)

Kulturrådet la i 2020 ut en annen rapport som også viser til inntekter fra blant annet musikk, visuell kunst og scenekunst. Denne rapporten viser til en samlet økning på 4% i den totale norske musikkbransjen fra 2016-2019 (Halmrast, et al. 2020, s. 1). Figur 3 viser at musikkbransjen har gått fra å omsette for MNOK 4.694 i år 2016 til MNOK 5.284 i år 2019.



Figur 3: Den norske musikkbransjen sin omsetning 2016-2019.

(Halmrast et al. 2020, s. 8)

Figur 3 viser at inntektene i den norske musikkbransjen har steget med 4% gjennomsnittlig årlig i årene 2016-2019. Dette er ikke en like god økning som i årene 2012-2015, da musikkbransjens omsetning økte gjennomsnittlig med 7% hvert år. Det er like vel en positiv økning og en større økning enn andre deler av de kreative næringene. Rapporten til Kulturrådet fra 2020 viser at kategorien «litteratur» gikk ned med 3% hvert år fra 2016 til 2019, visuell kunst ned med 7%, og scenekunst gikk opp med 3%. Blant kategoriene som er med i denne rapporten er det altså kategorien «musikk» som kommer best ut, med en stigning på 4% (Halmrast et al. 2020, s. 8).

Ser man på statistikken som viser oversikten over utviklingen til de forskjellige kategoriene som utgjør musikkbransjen (innspilt, rettigheter og konsert), så er det også konsert som kommer best ut i perioden 2016–2019, på samme måte som perioden 2012–2015.

### 2.3 Livemusikkbransjen

Det større fokuset i oppgaven vil videre ligge på live-delen av musikkbransjen. Fabian Holt (2021) definerer livemusikk i sin bok «Everyone Loves live Music» som en situasjon hvor musikalsk lyd produseres og oppleves av mennesker. Menneskets rolle i livemusikken er essensiell i denne definisjonen. Spesielt for liveopptredener som konserter, festivaler, teater- og danseforestillinger er at de er vanskeligere å reprodusere og masseprodusere, i motsetning til innspilt musikk som kan utgis i en rekke kopier, og distribueres digitalt. For livemusikk og annen scenekunst er ikke dette mulig, og mengden av produksjonen er derfor ikke sammenlignbar. Musikerne, artistene, skuespillerne og danserne, som er selve essensen i produksjonen av liveopptredener, må gjentatte ganger fysisk fremføre scenekunsten og resultatet vil hver gang være litt forskjellig (Holt, 2021). Produktet man kjøper når man betaler for å delta på en liveopptreden er derfor mer enn kun musikken. Det er en unik begivenhet, og en totalopplevelse som ikke kan gjenoppleves eller reproduseres. Det er det unike med slike live musikkopptredener som legger grunnlag for denne oppgaven.

Historisk sett, regjerte den delen av musikkbransjen som omfatter innspilt musikk frem til slutten av 1900-tallet. Digitaliseringen som vokste frem rundt denne tiden gjorde den innspilte musikken sin plass i bransjen svakere og skapte rom for nye former for konsum av musikk. Liveforestillinger, og spesielt musikkfestivaler ble en større del av samfunnets kultur og la grunnlag for en internasjonal industri basert på livemusikk.



Livemusikkens fremtreden har resultert i endring av økonomien i musikkbransjen, samt i at forholdet mellom live og innspilt musikk har endret seg (Holt, 2021).

Tidligere ble livemusikk benyttet som en form for markedsføring av den innspilte musikken (Holt, 2021). Selv om det fremdeles er et viktig samspill mellom live- og innspilt musikk, blir ikke konserter i dag holdt for å promotere salg av plater og annet fysisk musikkmateriale i like stor grad som tidligere. I dag fungerer livemusikken mer som et rammeverk for deler av samfunnets sosialkultur, samtidig som det er med på å styre populærkultur i media. Mediene er tett sammenbundet med vår kultur, og er vanskelig å skille fra hverandre.

I tillegg til å være kommersielle institusjoner som fungerer under strukturerte markedsforhold, er konserter, festivaler og klubber institusjoner som bidrar til å opprettholde og videreføre kulturliv og musikktradisjoner i det urbane samfunnet. Festivaler og konserter har skapt ikoniske hendelser og øyeblikk gjennom tidene som har satt ny standard for videre musikk- og arrangementsproduksjon.

Selv om musikk og arrangementsproduksjon i dag hovedsakelig skapes med sosialkulturelle hensikter, er aktører i bransjen like vel institusjonelle organisasjoner, som et resultat av kapitalismen. Aktører er nødt til å selge sine produkter og tjenester for å forbli relevante i markedet. Det kan derfor oppstå mulig konflikt mellom det kulturelle og kommersielle med musikken, når det gjelder hva som er riktig å produsere. Både økonomi og samfunnets preferanser og ønsker er begge avgjørende faktorer for musikkens overlevelse.

#### 2.4 Endringer i livemusikkbransjen

Det er enighet blant akademikere om at musikkbransjen har endret seg mye siden midten av 1900-tallet. Akkurat hvordan endringene har skjedd, og hva som har bidratt til denne utviklingen er like vel noe uklart. Forklaringene av denne typen sosiale prosesser kan være kompleks, da vi lever i et komplekst sammensatt samfunn (Hesmondhalgh, 2019).

Simon Frith (2007) forklarer at forskere innen musikkøkonomi og -sosiologi i lengre tid har påstått at livesektoren av musikkbransjen er nødt til å tape mot de nye og digitaliserte musikktilbudene som i dag finnes på markedet. Den økte mengden og tilgjengeligheten av de digitaliserte musikkformene som plater, radio, og nå strømmetjenester, har lenge blitt sett på som en stor trussel for livemusikken (s. 4).

Økonomene Baumol og Bowen la i 1966 frem sin teori om hvordan livemusikk ikke har mulighet til å oppnå de samme økonomiske gevinstene som innspilt musikk kan. Et av hovedargumentene for dette er på grunn av den menneskelige prestasjonen som kreves for å produsere livemusikk. Med innspilt musikk er det mulig å masseprodusere og selge kopier av samme sang, plate eller video til et ubegrenset antall kunder. Med livemusikkproduksjoner på den annen side kan kun reproduseres et begrenset antall ganger, da de er basert på deltakelse av fysiske personer som synger eller spiller instrumenter (Frith, 2007). Basert på denne teorien vil det si at livemusikkproduksjoner til slutt ikke kommer til å kunne generere nok penger, da de ville tapt mot innspilt musikk som har mulighet til å holde produksjonskostnader lave i takt med utviklingen av teknologien og annen utvikling i bransjen. Skulle livemusikk lagt seg på samme nivå prismessig, ville de ikke tjent nok til å overleve, men hadde de satt prisen der det var lønnsomt ville ikke publikum lengre hatt betalingsevne.

Til tross for mulighetene for masseproduksjon som digitaliseringen har ført med seg for den innspilte musikken, påstår Frith og andre fagpersoner like vel at livesektoren har holdt seg både relevant og økonomisk stabil. Dette bevises også gjennom tall og empiri, som blant annet er gjort tilgjengelig gjennom Kulturrådet sine rapporter, presentert tidligere i dette kapittelet. Årsakene til at livemusikken har holdt seg flytende, vil diskuteres senere i oppgaven

Hesmondhalgh (2019) peker på teknologi som en av de større årsakene til forandringer i musikkbransjen gjennom tidene. Oppfinnelsen av telefonen har gjort det mulig å oppnå umiddelbar kommunikasjon mellom mennesker over større områder og personlige videokameraer har skapt muligheter for å skape noe eget, for å nevne noe. Hesmondhalgh poengterer like vel viktigheten av å ikke kun se disse teknologiske utviklingene som en årsak til forandring i seg selv, men i henhold til andre faktorer, og som en del av større prosesser.

Store selskaper som genererer de større profittene har også en påvirkning på samfunnet og på kulturen som produseres og konsumeres (Hesmondhalgh, 2019). De økonomisk sterke bedriftene har makt til å regulere hva som konsumeres – ofte i ønske om profitt, og ikke nødvendigvis med hensyn til hva samfunnets sosiale og kulturelle preferanser.

Hesmondhalgh (2019) forklarer også at utsagnet om at «mediene gir menneskene det de vil ha», ikke nødvendigvis stemmer, da det like så mye er mediene som bestemmer hvilke ønsker og forventninger som samfunnet skal ha.

I boken *The Cultural Industries* gir David Hesmondhalgh (2019) en redegjørelse for hvordan økonomiske, teknologiske og kulturelle prosesser, i tillegg til politiske og juridiske rammer er med på å forklare endringene som har skjedd i de kulturelle industriene gjennom tidene. Hesmondhalgh peker særlig på den økonomiske krisen som påvirket store deler av verden fra slutten av 1960-tallet. For å løse dette problemet svarte mange myndigheter og bedrifter med å sette i gang en rekke prosesser. Som nevnt tidligere, ser ikke Hesmondhalgh på noen hendelser som årsak til endring i seg selv, men heller som en del av en større prosess som gradvis er med å skape forandring over tid.

## 2.5 Ekstraordinære opplevelser

Mennesker søker ofte flere og nye typer opplevelser, og tilbudene blir derfor stadig utviklet. Mennesker tilpasser seg nye former for utvikling, og får et stadig nytt behov for å føle seg tilfredsstillt. Mennesker ønsker i større grad enn før å ta del i opplevelser som gir en verdi utover det materielle, og har derfor også en økt betalingsvillighet for denne typen opplevelser. Det er av interesse for opplevelsestilbydere å skape og selge opplevelser som gir kundene et produkt av høy følelsesmessig verdi. Virksomheter er derfor nødt til å fokusere på mer enn bare kjerneproduktet når de skaper denne type opplevelsesprodukter. Ideelt ønsker man å skape såkalte *ekstraordinære opplevelser* (Mossberg, 2007, s. 13).

Ekstraordinære opplevelser innebærer å skape en følelse av noe nytt. Begivenheter med høy følelsesmessig intensitet, som bidrar til å påvirke flere sanser samtidig, har potensiale til å oppfattes som ekstraordinære for de som tar del i evenementet (Mossberg, 2007, s. 25). Denne typen opplevelser skapes underveis i utførelsen av aktiviteten, da publikum selv er en del i å forme opplevelsen (Mossberg, 2007, s. 25). I en konsertsituasjon vil andre publikummere, personalet, musikken, og produksjonsdesignet fungere sammen, og vil skape en unik stemning og følelse hos publikum. Når det oppstår et samspill mellom disse elementene, har konserten potensiale til oppleves som ekstraordinær for de som tar del i arrangementet (Mossberg, 2007, s. 25–26).

Mennesker søker variasjon og avbrekk i hverdagen, og ønsker å unne seg noe ekstra ved å ta del i denne typen arrangementer. I forhold til et materialistisk produkt, vil en opplevelse være noe mer unikt og personlig som forbrukeren er med på å skape selv. På av det unike ved disse opplevelsene, vil ikke et arrangement oppfattes likt for alle som tar del i den. Noe som oppleves som positivt og verdifullt for én, vil ikke nødvendigvis oppleves positivt for andre. En opplevelse vil oppleves som mer eller mindre sterk, avhengig av hvem som tar del i den, og hvilket utgangspunkt en har (Mossberg, 2007, s. 24).

## 2.6 Lysdesign og fargeteori

Fargeteori er et viktig tema å vite noe om for lysdesignere. I den praktiske utviklingen av å designe et show, er det nyttig å vite noe om effektene fargevalg kan ha på publikum. Helt grunnleggende, er farge et fenomen som hjernen opplever når øynene stimuleres av en viss bølgelengde av lys. Fargen som oppfattes når øyets fargesensitive celler stimuleres kommer i tre variasjoner som de responderer til, rød, grønn og blå bølgelengder. Lysdesignere kontrollerer disse bølgelengdene for å skape et fullt spekter av farger. Ved å legge til eller trekke fra farge, kan man skape disse variasjonene (Rutherford, 2020).

Lysets hovedfunksjoner under en konsert er for å iscenesette artistene på scenen, for å underbygge en stemning i artistens musikk, og for å skape en estetisk tilfredsstillende opplevelse for publikum.

Lys som benyttes på sceneshow som konserter er en dynamisk form for scenografi som bidrar til å sette stemning og skape følelser hos publikum. Ved å bruke farger, varierende lysstyrke, flombelysning, laser, silhuetter og kontraster kan publikums konsertopplevelse heves, og bli en mer sanselig helhetlig (Rutherford, 2020)

Hvilke farger som gir hvilke følelser, er individuelt fra person til person. Hva slags assosiasjoner lyset gir, er basert på den bakgrunnen man har. Lys trenger ikke å gi en konkret mening, men kan være estetisk tilfredsstillende i seg selv, og gi den meningen publikummet selv anser den å ha (Rutherford, 2020).

## 2.7 Pyroteknikk

Pyroteknikk har blitt utført av mennesker i flere tusen år for å skape lys, flammer, røyk og farge. Det sies at den første bruken av pyroteknikk fant sted før vår tidsregning, da svart pulver ble benyttet som pyroteknisk materiale for å skape lyd, røyk og mindre eksplosjoner (Sabatini, 2018). Andre kilder forklarer at den tidligste bruken av pyroteknikk, mer spesifikt fyrverkeri, fant sted i Kina, da bambuspinner ble kastet i bålet. Hulrommet inni pinnene ville bli overopphetet, og dermed eksplodere med et smell (American Pyrotechnics Association, 2020).

Sabatini (2018) definerer pyroteknikken som vi kjenner i dag som en energisk blanding som danner store mengder lys, varme, røyk og/eller lyd når det antennes via deflagrasjon, i stedet for av detonasjon. Deflagrasjon er en forbrenningsprosess, som skjer uten tilførsel av energi eller stoff (Pedersen, 2021) i motsetning til detonasjonsprosessen, der eksplosjonen må innledes av et initialsprengstoff (Bøe, 2019). Pyroteknikk benyttes i dag i flere områder av menneskers kultur. Det brukes blant annet til å signalisere for trafikk på veien, i brannslukningsapparater og i fyrverkeri. Pyroteknikk er også et viktig verktøy for militæret.

I denne oppgaven er det bruken av pyroteknikk som virkemiddel til forsterkning av konsertopplevelser som vil være hovedfokuset. En kilde peker på at bruken av pyroteknikk på konserter begynte på slutten av 1960-tallet (Berman, 2020). En hendelse som sies å ha vært starten på bruken av denne type spesialeffekter på musikkarrangementer, er det som skjedde på konserten til Jimi Hendrix på Monterey Pop Festival i 1967 da Hendrix helte tennvæske over gitaren sin, og satt fyr på den midt på scenen. Alice Cooper var en annen artist med stor innflytelse på slutten av 60-tallet. På sine konserter brukte han brennende hjelmer og røykbomber for å sjokkere publikum. I tiden som fulgte etter hendelsene til Jimi Hendrix og Alice Cooper ble flammer, fyrverkeri, røyk og eksplosjoner mer og mer vanlig å se på rockekonserter (Berman, 2020).

Utover 80-tallet vokste konsertvirksomheten betraktelig, da publikummet og lokalene ble større, showene mer spektakulære, og rocken enda hardere. Band som Metallica og Led Zeppelin brukte store flammer sammen med musikken for å påvirke publikummets sanser på en mer helhetlig måte. På dette tidspunktet var ikke flammer, røyk og fyrverkeri lengre en sjokkfaktor, men noe man som publikum kunne forvente å se når man deltok på rockekonserter.

På 80-tallet benyttet alle de største band og artister, som Queen, Van Halen, AC/DC og til og med Paul McCartney spesialeffekter i form av pyroteknikk i deres forestillinger (Berman, 2020).

Selv om lysdesign og pyroteknikk har mange av de samme effektene på en konsert, har pyroteknikk like vel egenskaper som lys ikke har. Pyroeffekter benytter ikke like ofte lys, da det ikke egner seg til et like stort mangfold av sjangere og publikumsgrupper. Det er mer kostbart å anvende og har en høyere grad av sikkerhet knyttet til utførelsen. Pyroteknikk kan også oppleves mer ekstraordinært enn lys da det ikke benyttes på alle typer konserter.

## 3.0 Metode

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for metodevalget som er benyttet for å kunne belyse og besvare oppgavens problemstilling. I tillegg til å forklare forskningsprosessen, vil kapitlet også begrunne utvalg av informanter, forskningens reliabilitet og validitet, etiske problemstillinger og kritiske synspunkter til innsamlingen av data. Til å begynne med vil jeg redegjøre for valg av metode.

### 3.1 Valg av metode

Dette forskningsprosjektet startet med en virkelighet som jeg ønsket mer kunnskap om, og utgangspunktet for forskningen var derfor nysgjerrighet. Jeg ønsket svar på en rekke spørsmål, og for å finne svar på disse behøvde jeg å utvikle en fremgangsmåte for forskningen. Det er flere faktorer som er med på å bestemme denne fremgangsmåten. Uavhengig av fremgangsmåte, eller metodevalg, er en nødt til å vurdere *hvem* og *hvor mange* som skal undersøkes (Johannesen et al., 2016, s. 28–29). Metodevalget avhenger også av mål, hvordan «verden» ser ut, samt tilgjengelige ressurser (Gripsrud, et al., 2010, s. 13). Denne oppgaven har til hensikt å beskrive et fenomen. På bakgrunn av dette vil en kvalitativ forskningsmetode egne seg best for mitt forskningsprosjekt.

### 3.2 Kvalitativ metode

«Virkeligheten kan undersøkes ved hjelp av to ulike vitenskapelige tilnærminger: kvalitative og kvantitative metoder» (Gripsrud, et al., 2010, s. 95). Enkelt forklart benytter man kvantitativ forskning for å forklare *at* noe skjer, mens kvalitativ forskning benyttes for å forklare *hvorfor* det skjer (Gripsrud, et al., 2010, s. 95). Som nevnt, vil jeg benytte kvalitative forskningsmetoder for å besvare problemstillingen i denne oppgaven. I motsetning til kvantitativ forskningsmetode, er vi ikke så opptatt av årsakssammenhenger når vi forsker med kvalitativ metode. Med kvalitativ metode er vi interessert i å forstå eller beskrive hvordan mennesker oppfatter verden rundt oss. I denne oppgaven har problemstillingen mye med hvorfor jeg benytter kvalitativ metode. Jeg ønsker å gjennomføre en mer inngående studie om *fenomenene* lysdesign og pyroteknikk, og hva dette *betyr* for livemusikkens utvikling.

### 3.2.1 Individuelle dybdeintervjuer

Kvale og Brinkmann (2009) beskriver det kvalitative forskningsintervjuet som en metode for å forstå verden sett fra intervjuobjektene sin side. Johannessen et al. (2010) forklarer at denne typen intervju gjennomføres i en èn-til-èn situasjon, med utgangspunkt i en intervjuguide. Jeg benytter denne typen metode med hensikt å få frem erfaringer fra intervjuobjektene, og for å skape meg et bilde av verden sett fra deres perspektiv. En svakhet ved det kvalitative forskningsintervjuet kan være at intervjuobjektet ønsker å fremstille seg og sin verden mer positivt enn det i realiteten er. Dette kan dermed føre til at ikke alle sidene av sannheten kommer frem (Tjora, 2017). Kvale & Brinkmann (2009) påpeker at ny og betydelig informasjon neppe vil forekomme i et slikt intervju, men at det like vel kan ha verdi da det kan få frem nye historier og innsikt om et tema. Slike dybdeintervjuer kan kategoriseres innenfor tre forskjellige grader av struktur: ustrukturert, semistrukturert eller strukturert (Johannessen, et al. 2010). For dette forskningsprosjektet var det mest hensiktsmessig å benytte semistrukturerte intervjuer.

### 3.2.2 Semistrukturert intervju

Et semistrukturert intervju har en overordnet intervjuguide som utgangspunkt, men spørsmål, temaer og rekkefølge kan varieres ut ifra retningen som samtalen tar. Som forsker kan man bevege seg frem og tilbake mellom de satte spørsmålene for å skape rom for at informanten kan prate åpent og fritt (Johannessen, et al. 2010). I dette forskningsprosjektet har jeg vært interessert i å høre om konkrete hendelser og spesifikke eksempler fra informantenes liv. Det delvis strukturerte intervjuet egnest seg derfor best.

### 3.2.3 Utvalg dybdeintervjuer

I dette forskningsprosjektet ville jeg ikke hatt kapasitet til å undersøke samlingen av alle enhetene som oppgavens problemstilling gjelder for, altså hele *populasjonen*. Det ville heller ikke vært hensiktsmessig å inkludere alle disse enhetene for å besvare problemstillingen. Det har derfor blitt tatt ut et representativt *utvalg* fra *populasjonen*. *Utvalget* er de informantene som har tatt del i forskningsprosjektet (Johannessen, et al., 2010, s. 240–241). Jeg er ikke interessert i kvantitativ statistikk, men i kvalitativ innsikt om problemstillingens temaer. På bakgrunn av problemstillingen, ble det valgt ut tre informanter for dette forskningsprosjektet. De har alle arbeidserfaring fra livemusikkbransjen, og god kjennskap til temaene som problemstillingen tar opp.



Jeg ønsket å intervju personer med erfaring og kunnskap om oppsetning av livemusikkarrangementer som konsert og festival. Det var av interesse for meg å finne ut mer om hvordan disse menneskene jobbet.

#### 3.2.4 Informantene

Utvalget for forskningsprosjektet består av tre personer. To arbeider med lysdesign og en arbeider med pyroteknikk innenfor livemusikk-bransjen. En er kvinne, og to er menn, og de er alle mellom 25 og 35 år gamle. To arbeider for øyeblikket som selvstendig næringsdrivende, mens en har fast ansettelse i en bedrift. Forskningsprosjektet vil ellers holdes anonymt, selv om denne oppgaven ikke vil inneholde sensitiv informasjon om personene eller deres utsagn. Hensikten med anonymiseringen var dermed for å tilrettelegge for at informantene kunne åpne seg mer og prate friere under intervjuene. For å gi en oversikt over hvem informantene er i konteksten av dette forskningsprosjektet har jeg valgt å presentere de anonymt i tabellen nedenfor. Jeg har valgt å kalle de informant 1, informant 2 og informant 3.

##### Informant 1:

Informant 1 er i midten av tyveårene og er en selvstendig næringsdrivende lysdesigner. Personen forklarer at han arbeider med lys og scenedesign, hovedsakelig konsert og festival, men også teater, arkitektur og andre kunst og kulturarrangementer der det er behov for lys som en del av scenografien. De forteller at arbeidsområdet er stort og veldig variert, selv om hovedområdet er musikkarrangementer. Oppdragene varierer like vel fra store festivaler i åpen natur, til mindre klubber hvor det er mørkt og lavt under taket. Informant 1 har en utdanning innenfor lysteknikk, men forklarer at det ikke nødvendigvis er så relevant for det han arbeider med i dag. Vedkommende har fagbrev i dataelektronikksystemer, etter å ha gått elektrolinjen på videregående skole. Etter endt skolegang gikk han videre til å arbeide som lærling i et scenefirma, hvor de fikk en rekke praktiske ferdigheter med oppsett og rigging av bevegelige lamper. Selv om dette ikke er det informanten driver med i dag, har det bidratt til å skape en forståelse for hvordan lysriggen fungerer, og dens relasjon til resten av scenen. Gjennom arbeid i dette firmaet, og i møte med mennesker i kulturbransjen, tilegnet informanten seg ny kunnskap og relasjoner, som har gjort at de har endt opp med å arbeide med det de gjør i dag. «Nettverk og relasjoner er essensielt for å komme seg videre i denne bransjen» forklarer informanten.

Informant 2:

Denne aktøren er i slutten av tyveårene, og arbeider også som selvstendig næringsdrivende med lysteknikk og design av sceneshow. Arbeidsområdet er hovedsakelig konsert og festival, men innebærer også teater, danseforestillinger og annen scenekunst. Informant 2 er utdannet teaterlydsdesigner fra en skole i Danmark. Selv om tittelen på studiet innebærer «teater», forklarer informanten at dette likevel ikke er det eneste området hvor ferdighetene kan benyttes. «Lysdesign er lysdesign, uavhengig av om det er teater, konsert eller dans. Men vi pleier like vel å skille litt på det i denne bransjen». Informanten forklarer at utdannelsen har vært en god måte for henne å komme seg inn i bransjen og inn i arbeidslivet, da det har lagt det praktiske grunnlaget for å planlegge og skape lysshow. De spesifikke mulighetene som har dukket opp videre, har i flere tilfeller vært et resultat av det nettverket som er utviklet underveis i karrieren, forklarer informanten.

Informant 3:

Informant 3 er også i slutten av tyveårene, og er ansatt i en bedrift som prosjektleder og pyrotekniker. Bedriften driver med pyroteknikk, fyrverkeri og andre spesialeffekter. Informanten forklarer at han leder prosjekter fra kundene som kommer med et ønske, det legges frem et tilbud, det skaffes utstyr, det settes en tekniker til å gjennomføre jobben og det sendes en faktura til kunden etter at konserten er gjennomført. Informanten forklarer at han selv er sertifisert pyrotekniker, og kan derfor også gjennomføre oppdragene selv. Informant 3 har sin utdanning fra Danmark, hvor de tok et fagbrev som eventtekniker, med audio som spesialisering. Utdannelsen gikk over fire år, hvor de to første årene gikk til å lære om lyd og lys, samt bygging av scene og rigg. De to siste årene gikk ut på å spesialisere seg på enten lys eller lyd, hvor informanten forteller at de valgte lyd. Selv om spesialiseringen var innenfor lyd, fikk informanten likevel nok generelle ferdigheter som de forteller at de fremdeles har bruk for i sitt arbeid. Etter endt utdanning arbeidet informanten freelance for en veileder ved skolen i Danmark, før de så tok pyrosertifikat, og etter hvert valgte å takke ja til fast ansettelse i bedriften de nå er ansatt i.

### 3.2.5 Intervjuguide

Spørsmålene i intervjuguiden ble laget for at jeg skulle få en bedre forståelse for hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar i utviklingen av livemusikk. Jeg var også interessert i å høre om informantenes erfaringer, og deres antakelser om fremtiden av livemusikken.

Intervjuguiden ble laget gjennom å søke i relevant litteratur, og i samarbeid med veileder.

Hensikten med intervjuguiden var å få svar på spørsmål som ville bidra til å belyse eksperter tankes, ideer, erfaringer og antakelser. Informasjonen som samles inn vil settes opp mot dataen samlet inn gjennom dokumentundersøkelsen, og vil til slutt drøftes opp mot oppgavens teoretiske bakgrunn.

### 3.3.6 Gjennomføring av intervjuene

Kontakten med informantene ble holdt over epost. Jeg avtalte tidspunkt for intervjuet sammen med informantene, for å finne en tid som passet for dem. Noen dager i forkant av intervjuene sendte jeg informantene et informasjonsskriv (*Vedlegg 1*) sammen med intervjuguiden for at de skulle kunne forberede seg på spørsmålene jeg kom til å stille. Jeg så på det som hensiktsmessig å sende intervju spørsmålene i forkant, da dette ga informantene tid til å forberede seg med flere svar og eksempler. To av intervjuene ble holdt ansikt til ansikt, og det siste ble gjennomført digitalt. Jeg skulle gjerne gjennomført alle intervjuene med informanten fysisk til stede, men dette lot seg ikke gjøre da den ene informanten befant seg i en annen by. Vi gjennomførte derfor intervjuet som en videosamtale på den digitale plattformen Zoom. Dette fungerte godt som et alternativ til det fysiske møtet.

Jeg la opp til at hvert av intervjuene skulle vare omkring 45 minutter. Dette informerte jeg om i starten av møtet, men hadde også gitt beskjed om den anslåtte tidsrammen i informasjonsskrivet som informantene fikk tilsendt på epost. Før selve intervjuet startet informerte jeg om at opplysningene de oppga ville holdes anonymt. Jeg fortalte at deres samtykke ville innebære at intervjuet ville bli tatt opp på lydbånd, og at informasjonen ville håndteres i tråd med retningslinjene for behandling av personvernopplysninger. Informantene fikk beskjed om at de når som helst i prosessen kunne trekke seg fra prosjektet. Jeg fikk godkjenning og tillatelse om å benytte deres utsagn fra alle tre informantene i forkant av intervjuene, gjennom samtykkeerklæringen som de signerte (*Vedlegg 2*). I forkant av studiet søkte jeg også om juridisk godkjenning, og prosjektet ble godkjent av NSD i februar 2022 (*Vedlegg 3*).

Da intervjuet startet ba jeg først informanten fortelle ganske åpent om sin arbeidssituasjon innenfor livemusikkbransjen. Jeg gikk så videre til det spørsmålet i intervjuguiden som falt mest naturlig å spørre der samtalen avsluttet. Jeg stilte oppfølgingsspørsmål der det var behov, og passet på at jeg fikk dekket alle hovedpunktene i intervjuguiden før intervjuet var ferdig.

### 3.4 Dokumentundersøkelse

Ved å gjennomføre en dokumentundersøkelse vil jeg analysere relevante dokumenter som tar for seg utviklingen av livemusikk, og hvordan lysdesign og pyroteknikk opptrer i denne utviklingen. Hensikten med en dokumentundersøkelse, på lik linje som andre kvalitative forskningsopplegg, er å få fornuftig informasjon ut av en større mengde ustrukturert data. Man skal redusere informasjonsmengden til en håndterlig mengde, identifisere mønstre, og lage et oppsett for å formidle den relevante informasjonen (Johannessen et al., 2006, s. 157).

En dokumentanalyse er en metode for innsamling av *sekundærdata*, i motsetning til de kvalitative forskningsintervjuene, som er en metode for innsamling av *primærdata*. De er begge kvalitative metoder for forskning, da de begge går ut på å tolke og analysere data i form av ord, setninger og fortellinger. I en dokumentanalyse vil fortellingene som analyseres være ord og setninger som allerede er nedtegnet av andre (Jacobsen, 2005, s. 163).

Dokumentundersøkelsen i denne oppgaven omfatter offentlige dokumenter, rapporter, artikler, magasiner, aviser og blogginnlegg.

Denne oppgaven skal belyse og besvare en problemstilling om temaer som det ikke er gjort så mye forskning på fra før. På bakgrunn av dette vil en dokumentanalyse egne seg som forskningsmetode. Jeg er interessert i å se på hendelser som har funnet sted, og få tak i hva mennesker faktisk har gjort og sagt (Jacobsen, 2005, s. 164). Denne informasjonen vil være mer objektiv enn informasjonen jeg hentet inn gjennom dybdeintervjuene. Dokumenter viser til informasjon om hva som faktisk har skjedd, og hva som har blitt sagt (Jacobsen, 2005, s. 164). Målet med å gjennomføre dokumentanalysen er å besvare oppgavens problemstilling om hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar i utviklingen av livemusikk.

#### 3.4.1 Kritiske synspunkter til dokumentundersøkelse

Når man benytter sekundærdata til denne type forskning, bruker man data som allerede er samlet inn av noen andre. Et faktum som man må ta stilling til i henhold til dette er at informasjonen i mange tilfeller er samlet inn og benyttet for andre formål enn det denne forskning har. Det kan dermed oppstå et misforhold mellom informasjonen som er innhentet, og det jeg har som formål å benytte den til (Jacobsen, 2005, s. 164). Det vil derfor være viktig å velge ut dokumentene som skal brukes med omhu, og stille seg kritisk til informasjonens troverdighet.

Når primærdata samles inn, som i et dybdeintervju, har man som forsker større kontroll over de forholdene som er med på å påvirke dataenes troverdighet. En vet selv hvilke spørsmål som er stilt og hva informantene har besvart. Ved bruk av sekundærdata, som en dokumentanalyse, har man ikke den samme kontrollen. Man vet ikke hvilke metoder som er benyttet, når dataen er samlet inn eller hvem som har registrert informasjonen.

Som forsker behøver man å stille seg kritisk til kildene man velger å benytte i analysen. Tekstene som velges ut må ha en viss troverdighet, og bør derfor settes opp imot hverandre, og sammenlignes med eksisterende teori. Det er også nødvendig å ha informasjon om tekstens bakgrunn, altså hvorfor teksten er skrevet, og forfatterens intensjoner med publiseringen, før man inkluderer teksten i dokumentanalysen (Grønmo, 2004, s. 128).

### 3.4.2 Utvalg dokumentanalyse

*Enhetene* som skal analyseres gjennom denne forskningsmetoden er dokumenter (Johannessen et al., 2006, s. 205). I denne sammenheng vil *populasjonen*, altså det totale antallet av en bestemt art, være objekter og ikke mennesker. Populasjonen er samlingen av alle enhetene som forskningsspørsmålet gjelder for (Johannessen et al., 2006, s. 205). Det ville ikke vært hensiktsmessig å inkludere alle enhetene i populasjonen for å få relevant og informasjon til å besvare oppgavens problemstilling. Jeg er ute etter å samle informasjon om spesifikke hendelser, noe jeg kan få ved å benytte et mindre utvalg fra den totale mengden dokumenter.

Selve dokumentutvalget skjer hovedsakelig underveis i datainnsamlingen. Det var nødvendig for meg å få et overblikk over relevante kilder før jeg bestemte meg for det endelige utvalget. Søket i informasjon ble hovedsakelig gjort over internett. Jeg tok utgangspunkt i sider og plattformer jeg hadde kjennskap til fra før, som tidsskriftet *Rolling Stone* 'rollingstone.com', og *Ticketmaster* sin blogg 'blog.ticketmaster.no'. Ved å søke i deres utgivelser, fikk jeg også ny innsikt i relevante søkeord og andre kilder til informasjon for videre utvelgelse av dokumenter. Eksempler er også hentet fra boken «Everyone Loves Live Music» av Fabian Holt, som er en av pensumbøkene fra min studietid.

Underveis i prosessen av å se og tolke tekster vil man som forsker bli mer belyst om temaer rundt problemstillingen, noe som ifølge Grønmo (2004, s. 1298) fører til at forskeren finner andre tekster som også er relevante.

Jeg inkluderer dokumenter som handler om både pyroteknikk og om lysdesign, i en kontekst av livemusikk. Jeg ønsker å se på trender innenfor disse feltene, på historiske utviklinger, hvordan situasjonen er i dag, og hvordan den kommer til å se ut i tiden fremover. Jeg ønsket å se på konkrete eksempler fra konserter og festivaler, der lysdesign og/eller pyroteknikk har en sentral rolle i forestillingens relevans. Ved å sammenligne disse forskjellige hendelsene og eksemplene håper jeg å få en forståelse for hvordan de visuelle elementene bidrar i å trekke livemusikken videre.

De digitale dokumentene jeg har benyttet er alle offentlige dokumenter, tilgjengelige for allmennheten. Dokumentene består i all hovedsak av blogginnlegg og artikler, hvor konkrete hendelser er beskrevet og hvor det også er inkludert sitater fra eksperter.

### 3.4.3 Gjennomføring av analysen

Før selve analysen kunne gjennomføres var jeg nødt til å ordne og systematisere materialet som jeg hadde samlet inn. Dette var nødvendig for å skape en oversikt, slik at jeg kunne vurdere om innholdet faktisk ville gi svar på oppgavens overordnede problemstilling. En god oversikt ville også gi meg muligheten til å vurdere materialet med et kritisk blikk, med tanke på dens pålitelighet og gyldighet (Furseth & Everett, 2020, s. 157). Selve innholdsanalysen består av tre steg. Jeg beskriver først det innsamlede materialet for å gi en oversikt over informasjonen som er plukket ut. Videre systematiserer jeg innholdet, ved å legge frem den viktigste og mest relevante informasjonen. Til slutt legger jeg frem en tolkning av informasjonen hvor jeg setter dataene opp mot oppgavens problemstilling.

For å systematisere det relevante innholdet fra dokumentundersøkelsen, har jeg valgt å kategorisere informasjonen til oppgavens delspørsmål. Dette vil gjøre det mulig å sammenligne funnene fra dokumentanalysen med funnene fra dybdeintervjuene, som igjen vil legge grunnlag for å besvare oppgavens overordnede problemstilling.

## **Forskningsspørsmålene som informasjonen skal organiseres under er følgende:**

1. *Hvordan jobber lysdesignere og pyroteknikere sammen med artister for å skape helhetlige konsertproduksjoner?*
2. *Hvordan bidrar konserter til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum?*
3. *Hvordan antas det at livemusikken vil utvikle seg fremover?*
4. *I hvilken retning bør livemusikken utvikle seg fremover?*

Analysen vil derfor deles inn med delspørsmålene som overskrift. Under hvert delspørsmål vil jeg legge frem den relevante empirien fra intervjuene og dokumentanalysen.

### 3.7 Relabilitet

Forskningens *relabilitet* sier noe om hvorvidt resultatene kan gjentas om og om igjen, med samme resultat av andre forskere ved et senere tidspunkt (Kvale & Brinkmann, 2009). Dette er en formulering av en klassisk definisjon av relabilitet som stammer fra psykologifeltet, hvor det er fokus på at forsker og metode er separate fra hverandre (Stenbacka, 2001). Stenbacka (2001), er kritisk til relevansen av relabilitet i kvalitativ forskning, da det ikke er mulig å skille mellom forsker og metode.

I gjennomføringen av intervjuer til denne oppgaven, var jeg klar over at jeg hadde mulighet til å påvirke samtalen, og dermed resultatene datainnsamlingen. I intervjuene gjorde jeg det jeg kunne for å stille de samme spørsmålene, for at besvarelsene skulle være gitt på samme grunnlag. Formen på intervjuene var like vel semistrukturert, som vil si at jeg ikke fulgte en skjematisk plan i alle intervjuene. Påliteligheten til transkriberingen av intervjuene kan også vurderes (Kvale & Brinkmann 2015). Hvordan intervjumateriale tolkes kan variere fra person til person. Da jeg var alene om denne prosessen, vil kun mitt synspunkt være med i tolkningen. Er man flere sammen om prosessen er det lettere å etterprøve resultatene, og få en mer presis vurdering.

### 3.8 Validitet

Ifølge Kvale & Brinkmann (2015), handler forskningens *validitet* om hvorvidt en metode er egnet til å samle inn data som svarer på problemstillingen i oppgaven. Validitet handler om metoden er med på å undersøke det som skal undersøkes, altså studiets gyldighet. I denne typen kvalitative forskningsstudier, handler validiteten om hvorvidt intervjuene og dokumentanalysene faktisk gjenspeiler de fenomenene som oppgavens problemstilling baserer seg på (Kvale & Brinkmann, 2015). Det kan settes spørsmål til hvordan spørsmålene jeg har stilt i intervjuene er formulert. Hadde spørsmålene vært stilt annerledes, eller med en annen vinkling, kan det være at jeg hadde fått andre svar. Jeg har like vel vært nøye i utformingen av intervjuguiden, for å dekke et bredt område, samtidig som at jeg skulle få bevarer som er detaljert nok. I henhold til dokumentanalysen, kan mitt perspektiv som forsker påvirke utvalget av enheter, noe som kan føre til et skjevt utvalg. Dette kan igjen resultere i at relevante dokumenter blir utelatt.

Måten jeg som forsker tolker de forskjellige tekstene kan også medføre ensidige resultater, da jeg gjennomfører forskningen alene, og ikke har betydelig erfaring fra tidligere forskning (Grønmo, 2004, s. 28–30).

### 3.9 Kritiske synspunkter til datainnsamling

Meningene til de tre personene som ble intervjuet for dette forskningsprosjektet, vil ikke nødvendigvis være gjeldende for alle aktører i liknende stillinger i musikkbransjen. Utsagnene til intervjuobjektene kan på noen områder være subjektive meninger, som ikke oppfattes som realiteten for alle andre. En annen svakhet ved denne forskningsmetoden kan være at intervjuobjektene ønsker å sette seg selv og sitt arbeid i godt lys, og dermed unnlater å nevne informasjon som ikke stemmer overens med den de ønsker å fremstå som.

Når det gjelder dokumentanalysen som metode for datainnsamling, er kun et lite utvalg av tilgjengelig informasjon benyttet. Her har jeg sett etter og valgt ut informasjon som jeg mener er både troverdig, relevant og fra pålitelige kilder, men jeg har vært alene om innsamlingen, og ikke tatt andres synspunkter med i betraktning. Hadde jeg samarbeidet med andre i forskningsprosjektet, kunne utvalget av dokumentene sett annerledes ut.



For dette prosjektet kunne det også vært interessant å fått med mer av publikum sine meninger. Det kunne vært inkludert en spørreundersøkelse om publikums preferanser i henhold til livemusikk og ekstraordinære opplevelser, men dette har jeg like vel valgt å ikke inkludere. Temaene som tas opp i denne oppgaven er i mange tilfeller subjektive og vanskelige å generalisere. Jeg så at det derfor ville være mer hensiktsmessig å gjennomføre intervjuer og dokumentanalyse, da informasjonen jeg kunne få ut av dette ville basere seg på empiri og faktiske hendelser, ikke bare meninger og synspunkter.

## 4.0 Analyse

Å analysere kvalitative data dreier seg hovedsakelig om tre ting: *beskrive*, *systematisere*, *kategorisere* og om å *sammenbinde* (Jacobsen, 2005, s. 186). I den første fasen, *beskrive*, er målet å beskrive det materialet som er hentet inn gjennom intervjuene og dokumentanalysen. Denne fasen innebærer utskrivning, eller transkribering av samtaler. Fase to handler om å *systematisere* og *kategorisere*, som vil si å redusere mengden av uoversiktlige informasjon (Jacobsen, 2005, s. 186). For å skape bedre oversikt over stoffet er det nødvendig å forenkle informasjonen, før analysen kan foretas. Den siste fasen i analyseprosessen handler om å *sammenbinde* informasjon. Dette kan skje etter at informasjonen er systematisert, for å lete etter sammenhenger, årsaker, meninger og for å generalisere data (Jacobsen, 2005, s. 186).

Formålet med denne studien var å finne ut hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum, og hvordan disse visuelle elementene bidrar i utviklingen av livemusikken. For å kunne gi en besvarelse på dette, har jeg gjennom studien benyttet fire forskningsspørsmål som kan bidra til å belyse de forskjellige temaene. I dette kapitlet vil jeg redegjøre og forklare forskningsprosjektets funn og resultater. Funn og resultater er basert på datamaterialet samlet inn gjennom intervjuer og dokumentanalyse. Jeg skal presentere resultatene på en slik måte at jeg kan besvare oppgavens fire delspørsmål. Resultatene som presenteres i dette kapitlet vil legge grunnlag for å til slutt besvare den overordnede problemstillingen.

Data fra dybdeintervjuene og dokumentanalysen vil presenteres under de forskjellige forskningsspørsmålene. Her vil resultatene fra de to forskningsmetodene bli sammenlignet og satt opp imot hverandre. På denne måten vil jeg kunne vise hvordan resultater fra forskjellige metoder for forskning, bidrar til å besvare oppgavens overordnede problemstilling.

Resultatene som legges frem i analysen vil bestå av konkrete eksempler og sitater hentet fra intervjuene og dokumentundersøkelsen. Etter å ha lagt frem resultatene av forskningen til de forskjellige forskningsspørsmålene vil jeg oppsummere ved å belyse de viktigste funnene. I neste kapittel, *5.0 Diskusjon*, vil jeg vurdere og drøfte resultatene, samt sette dette opp mot teorien. Til slutt, i kapittel *6.0 Konklusjon* vil jeg besvare den overordnede problemstillingen, på bakgrunn av resultatene og diskusjonen.

I metodekapittelet ga jeg en presentasjon av de tre informantene som har bidratt til forskningsdataen som denne analysen er basert på. Blant informantene er det, som nevnt, både kvinner og menn, og de arbeider både som selvstendig næringsdrivende, og som ansatt i bedrifter her i Norge. Den innledende delen av intervjuene med informantene baserte seg på å skape et bilde av deres bakgrunn. Jeg var interessert i å vite mer om deres utdanning, tidligere arbeidserfaring, og deres nåværende arbeidssituasjon. Dette var av interesse da det ville gi et innblikk i hvordan de har kommet dit de er i dag, og for å få en bedre forståelse for deres ekspertområder og hvordan de arbeider.

#### Forskingsspørsmål 1:

*Hvordan jobber lysdesignere og pyroteknikere sammen med artister for å skape helhetlige konsertproduksjoner?*

For å belyse dette forskningsspørsmålet vil jeg benytte informasjon samlet inn fra dybdeintervjuene. I disse intervjuene stilte jeg informantene spørsmål for å få mer informasjon om hvordan de legger opp sitt forarbeid, og hvordan de samarbeider med artister for å for å skape konserter som kombinerer musikk og visuelle elementer på en måte som skaper ekstraordinære opplevelser for publikum.

Flere av informantene nevnte i løpet av intervjuene at de samarbeider tett med både artistene og de andre teknikerne i planleggingen, og under utførelsen av forestillingene. Dette er for å skape velfungerende forestillinger som harmonerer og skaper ekstraordinære opplevelser for publikum.

Informant 1 forklarer at både planleggingen og gjennomføringen av en forestilling foregår svært forskjellig fra gang til gang, avhengig av type konsert eller forestilling.

Informant 1: Noen ganger bruker vi månedsvis på å planlegge, designe, programmere og tegne ned til hver minste detalj, men andre ganger improviserer jeg rett og slett til musikken som spilles eller fremføres. Og så klart alt imellom, hvor noe planlegges, mens resten improviseres. Kanskje har jeg en viss plan eller utgangspunkt for det som skal skje, men så tar jeg andre ting på sparket.

Informant 1 forteller videre at graden av samarbeidet med artistene også varierer fra situasjon til situasjon.

Informant 1: Jeg jobber med noen artister som jeg ikke planlegger noe sammen med i det heletatt. Disse artistene har ingen formening om hvilke farger eller hva slags uttrykk de ellers ønsker. De stoler på det jeg gjør. Med andre kan jeg planlegge mange måneder i forveien, hvor vi har lange møter med mye diskusjon frem og tilbake.

Informant 1 forklarer at flere artister gjerne har ideer om hvordan de ønsker seg at lysdesignet skal være, men at det ikke alltid lar seg gjøre rent praktisk på en scene.

Informant 1: Når artistens ideer, og mine ideer ikke stemmer over ens blir vi nødt til å finne en gylden middelvei. Mange tenker på lysdesignet som noe som er der for å passe til musikken, men jeg ser på lyset som en egen kunstform på siden av musikken. Jeg har mitt visuelle uttrykk som skal tas med inn i det kunden ønsker seg, og vi skal få det til å passe sammen. Det skal være noe både jeg og artisten kan stå innenfor.

I samtale med Informant 2 om hvordan de jobber sammen med artister i forkant og under konserter, svarte hun at det så klart avhenger hovedsakelig av typen arrangement, av musikken, og på publikummet.

Informant 2: En utendørs konsert på sommerstid er som regel en annen prosess enn en liten innendørs intimkonsert, og planleggingen blir også derfor veldig forskjellig.. Det er viktig å sette seg inn i kjernen av musikkens budskap, og hva det er musikken og artisten ønsker å formidle, for så å lage en visuell ramme og helhetlig dramaturgi ut ifra dette. Arbeidsprosessen starter ofte med en samtale sammen med artisten, for at jeg kan sette meg inn i hva det er artisten ønsker å oppnå. I min erfaring har som regel ikke artistene så mange spesielle krav (...) men en artist jeg har jobbet med nylig er like vel ekstra opptatt av lys, og den visuelle utforming av scenen. Dette gjør min jobb morsommere, når min type kunstnerisk innslag blir satt pris på. Det er jo nettopp det lysdesign er for meg – en form for kunst.

For Informant 3 er situasjonen liknende som for de andre informantene når det gjelder planlegging av show i samarbeid med artistene. Informant 3 forklarer at

Informant 3: Jeg jobber også veldig tett med lysdesignerne for å koordinere med dem hvordan showet skal se ut. Det er viktig at ingen av elementene overstyrer den andre, men at vi klarer å skape samspill. Vi jobber også for å skape en dramaturgi gjennom showet, og rett og slett ikke bruke alt kruttet i starten av showet, men benytte det på en gjennomtenkt måte.

Oppsummering av forskningsspørsmål 1

Gjennom dybdeintervjuer, har jeg samlet inn informasjon som bidrar til å besvare spørsmålet om hvordan lysdesignere og pyroteknikere jobber sammen med artister for å skape helhetlige og gjennomførte show.

I dette kapitlet har jeg lagt frem informasjon fra forskningsmetodene som vil bidra til å til slutt besvare den overordnede problemstillingen. Alle de tre informantene som ble intervjuet, kunne fortelle at de i ofte bruker tid sammen med artistene i forkant av konsertene for at den visuelle utformingen skal passe inn med musikken og resten av produksjonsdesignet. Informantene forklarer også samarbeider og planlegger sammen med andre teknikere for å skape et sammenhengende show. Selv om mange typer livemusikkforestillinger krever nøye planlegging, opplever flere av informantene at artistene ofte lar planleggingen ligge mest på designerne. Dette er fordi artistene ikke nødvendigvis vet hva som er mulig, men stoler nok på at teknikerne og designerne skaper en god visuell utforming av sceneshowet. Dette er for å skape velfungerende forestillinger som harmonerer og skaper mer intense opplevelser for publikum.

Informantene forteller at det er viktig å tilpasse seg artistenes ønsker med sitt visuelle uttrykk, da designerne ønsker å skape et show som går godt sammen med budskapet i musikken. Flere av informantene poengterer like vel at deres visuelle uttrykk er en kunstform i seg selv, som skal kunne sees også uavhengig av musikken. Musikken, lyset, pyroeffekter og andre deler av produksjonsdesignet må ikke overstyre hverandre, men må harmonere sammen for å kunne skape helhetlige og gjennomførte show.

Forskningsspørsmål 2:

*Hvordan bidrar konserter til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum?*

Ved å presentere relevant data fra dybdeintervjuene og dokumentundersøkelsen, vil jeg kunne belyse og besvare forskningsspørsmål 2.

I intervjuene stilte jeg spørsmål til informantene som om hvordan de planlegger og gjennomfører konserter for at det skal bli noe mer enn bare en musikalsk opplevelse for publikum. Jeg stilte disse spørsmålene, da jeg var interessert i å finne ut av hvordan konserter kan utvikles til å bli ekstraordinære opplevelser, gjennom anvendelsen av godt planlagt lysdesign og pyroeffekter.

Dokumentundersøkelsen fungerer som en utvidelse av informasjonen samlet inn gjennom intervjuene. Ved å benytte denne informasjonen, vil jeg kunne belyse et enda bredere område av temaene.

For å besvare forskningsspørsmål 2 har jeg benyttet informasjon fra bloggen Blank, [www.blogg.blank.no](http://www.blogg.blank.no). Dette blogginnlegget inkluderer informasjon om visualisering av livemusikk, og hvordan konsertopplevelser kan gjøres mer interaktive og engasjerende for publikum. Forfatteren har gjennom sin forskning gjennomført intervjuer med musikkprodusenter. Her belyses temaer relevante for å besvare spørsmålet om hvordan konserter produseres for å skape ekstraordinære opplevelser for publikum. Utsagn fra intervjuet i dette blogginnlegget vil siteres og settes opp mot utsagnene til informantene som jeg har intervjuet. Til å begynne med vil jeg legge frem det informantene som jeg selv intervjuet mener om å skape ekstraordinære konsertopplevelser. Til å begynne med vil jeg legge frem det informantene jeg selv intervjuet mener om å skape ekstraordinære konsertopplevelser.

I intervjuet med Informant 1 forklarte vedkommende at de ønsker å skape øyeblikk under konserten som bidrar til en positiv totalopplevelse for publikum. De ønsker heller å ha oppmerksomheten på å lage konkrete øyeblikk gjennom konserten, enn at hele konsertscenen til enhver tid skal ta seg godt ut på bilder.

Informant 1: Min trademark om dagen har vært regnbuelys. På Jugenfest i november kjørte vi masse regnbuelys på slutten av showet til en av artistene, noe som endte opp med å gjøre opp det meste av det som lå ute på sosiale medier fra denne festivalen i etterkant. Med dette klarte vi å lage et WOW-øyeblikk for publikum, som de også ønsker å forevige ved å ta og dele bilder av.

Informanten ønsker å skape øyeblikk som oppleves gode, og som publikum derfor ønsker å forevige gjennom å ta bilder. Når han designer et lysshow til en konsert, fokuserer han mer på at publikum skal få en god opplevelse, enn at designet kun skal ta seg estetisk godt ut på bildene. Han vet gjerne hva som fungerer godt på publikum, men ser også beviset på dette gjennom sosiale medier i etterkant av konserten. Jeg spurte videre om han med intensjon skaper et lysdesign som skal ta seg godt ut på publikums konsertbilder, hvor han da svarte:

Informant 1: Nei, jeg gjør ikke nødvendigvis det. Jeg ønsker ikke å inngå noe kompromiss for at publikum sine bilder og videoer skal se bra ut (...) For meg er det viktigst at de som har betalt penger for å komme dit får en bra opplevelse. Jeg vil heller lage noe som er så spektakulært at folk ønsker å ta opp telefonen, i stedet for at jeg skal tilpasse det til skjermen deres. Noe jeg like vel ofte tenker på er at jeg skal unngå å ha tomrom i bakgrunnen av scenen, for å gjøre sceneshowet mer unikt.

Informant 2 ble også spurt om hun tar publikums fotografering i betraktning når hun designer et lysshow.

Informant 2: Hvis det for eksempel er et stort popband jeg er med på turné, og vi skal ha mange konserter på rad, så tenker jeg mer på dette. Det er fordi det er så mange som skal se showet, og bildene fungerer derfor som markedsføring til de neste konsertene.

Det kommer frem av både informant 1 og 2 sine svar at publikums deling av videoer og bilder fra konserter kan ha en stor verdi. Den visuelle utformingen av konsertscenen, inkludert lysdesignet, ser ut til å kunne bidra til å skape engasjement også utenfor konserten, og være med på å fremheve konsertens synlighet. Jeg stilte så informantene spørsmål om hva som har gjort ekstra inntrykk på dem, fra de konsertene de selv har deltatt på som publikum:

Informant 1: Mitt favorittshow noensinne var kanskje Tame Impala på Øyafestivalen i 2019. Da sto jeg med hakeslepp nesten hele konserten. Da tenkte jeg at etter bare et minutt hadde de brukt opp alle fargene i regnbuen, og jeg lurte på hvordan de skulle klare å få til noe mer eller noe nytt utover resten av showet. Like vel klarte de å fortsette å levere flere WOW-øyeblikk og nye ting etter det også. Dette var et teknisk godt designet show, og var planlagt ned til hver minste detalj. Det imponerte meg. Men jeg vet at jeg ikke var den eneste som satt pris på det, for å si det sånn!

Informanten forklarer at han satt ekstra pris på Tame Impala sitt show, da det var teknisk godt planlagt og gjennomført. Selv om han selv arbeider i denne bransjen, og vet hva som er teknisk «godt» arbeid, så merket han at resten av publikum som ikke har samme erfaring som han, også satt pris på lysshowet på denne konserten. Informant 1 forklarer tidligere i intervjuet at han ikke tror at publikum vanligvis tenker over lyset på en konsert på denne måten. I hvert fall ikke bevisst.

Informant 1: Jeg gjør igjen lys på en litt annen måte enn de fleste. Jeg tar nok litt mer plass enn de fleste, med mange streker i lufta og mer som skjer. På grunn av dette har jeg fått beskjed fra publikummere om at «åj, i dag la jeg merke til lyset». Noe som indikerer at flere ofte tar lyset forgitt.

Informanten er klar over at lyset i all hovedsak påvirker publikum underbevisst, ved mindre det skjer noe utenom det vanlige, med ekstra mye farger og lasereffekter.

Informant 1: For meg personlig er lys et virkemiddel for å engasjere publikummet. Musikken i seg selv gir påvirker jo sansene på en måte, men lyset i tillegg, i kombinasjon med musikken kan skape helt nye følelser igjen. Hvis hele oppbyggingen til et refreng i en sang underbygges av masse lys som ender i et stort bilde i full ekstase. Det visuelle underbygger også energien, noe som gjør at publikum får mer lyst til å slippe seg løs.

Som lysdesigner ser Informant 1 på lysene som noe som er med på å underbygge en ønsket stemning. Dersom lys og musikk harmonerer, kan dette være med på å skape ekstraordinære opplevelser for publikum. Informant 1 forklarer videre at han også benytter røyk på flere typer konserter for å fremheve lys og laser, men også for å avgrense rommet, og skape effekten av et lavere tak, eller et mindre område.

Informant 1: Dette vil gjøre at publikum kan slippe seg mer løs, og ikke føle at alle står og ser på deg. Lyset, og andre visuelle effekter, kan fungere som en drahjelp for artisten, slik at de kan få en bedre tilknytning til publikum. Jeg kan dra opp en spak, og med det få publikum til å rope høyere. Når publikum får lyset på seg merker jeg at de reagerer med å synge høyere og danse mer.

Informant 2 forklarer at hun også opplever å ha mye makt over publikum som lysdesigner på en konsert.

Informant 2: Et tydelig bevis på det kan være at publikum alltid vet at når lyset går ned, og det blir mørkt, så betyr det at konserten eller forestillingen starter. Publikum retter da sin oppmerksomhet til scenen, og gjør seg klar til det starter. Dette er som oftest noe publikum ikke tenker over bevisst, men alle har like vel den samme reaksjonen til denne lysendringen.

Informant 2 ble så spurt om hun hadde flere eksempler på måter hun kontrollerer publikum på med hjelp av lys. «På rockekonserter brukes ofte blinderlys som rettes mot publikum for at de skal juble høyere. Dette er også noe jeg opplever at fungerer hver gang». Selv om ikke publikum nødvendigvis tenker bevisst over bruken av lys under konserten, kommer det frem fra informantenes utsagn at lyset like vel har en stor effekt på publikums opplevelse under konserten. Informant 3, som driver med pyroteknikk, opplever at bruken av pyroeffekter gjør at publikum får en større tilstedeværelse under konserten, på grunn av de fysiske opplevelsene som pyroeffekter er med på å gi.

Informant 3: Jeg opplever det som at publikum får en mer fysisk tilnærming og større tilstedeværelse til det som skjer når vi benytter pyro. Publikum kjenner varmen fra flammene, man hører at fyrverkeriet smeller, i tillegg til det visuelle. Konfetti er også noe vi benytter.

Informant 1: Det er et kjent sitat i min bransje som sier: «uten lys, er en konsert kun en dyr radio». Dette er så klart bare sant til en viss grad. En konsert uten lys er fremdeles en begivenhet hvor man er blant mennesker og får sett band og artister spille. Det går helt klart an å ha gode konsertopplevelser uten lys også.



Informanten mener med dette at mange som arbeider i livemusikkbransjen ser på en videreutviklet visuell utforming av sceneshowet som en nødvendighet for at det skal være verdt pengene å gå på konsert. Like vel presiserer informanten at dette nødvendigvis ikke stemmer i alle tilfeller, da en konsert ikke alltid er avhengig av lysshow eller andre ekstraeffekter for at den skal gi en god opplevelse. Som en del av dokumentundersøkelsen, har jeg valgt å inkludere et utdrag fra et innlegg på bloggen Blank ([www.blogg.blank.no](http://www.blogg.blank.no)). Her forklares det hvordan noen konserter har behov for en videreutviklet visuell utforming, mens andre typer konserter ikke har det samme behovet, for å kunne gi publikum en god konsertopplevelse (Neergård, 2017).

På bloggen Blank skriver Ole-Birger Neergård om visualiseringen av livemusikk. I blogginnlegget forteller han om sitt prosjekt, der han ønsker å skape et produkt som bidrar til å gjøre den visuelle opplevelsen på konserter mer interaktiv og engasjerende, både for artisten selv, og for publikum. Gjennom prosjektet har Neergård gjennomført intervjuer med personer i livemusikkbransjen, blant annet musikkprodusenten John Derek Bishop. Et sitat fra Bishop er inkludert i blogginnlegget, der han forteller at:

John D. Bishop: Elektronisk musikk, som jeg driver med, er noe kjedelig visuelt pga. utstyret man bruker. Man står mye i ro og bruker små bevegelser. Ikke som gitar hvor man kan bevege seg rundt og publikum ser hva som spilles. Det ville vært spennende for meg å spille sammen med et visuelt element, spesielt om det skjer live og er interaktivt med musikken».

Videre i innlegget forklarer musikkprodusenten:

John D. Bishop: Det kan være utfordrende for utøvere av elektronisk musikk å engasjere publikum på samme måte som et rockeband klarer. Man kommer ikke utenom at det er forskjell på å fremføre pre-produsert musikk og på å skape all musikken live.

Musikkprodusenten forklarer at det er forskjell på en rockekonsert og en konsert med elektronisk musikk. Rockeband består gjerne av flere bandmedlemmer som beveger seg aktivt rundt på scenen, og de har flere instrumenter som tar opp plass. En konsert med elektronisk musikk derimot, har i utgangspunktet ikke like mange dynamiske elementer med seg på scenen. På grunn av en mindre dynamisk scenerigg, krever de som opptrer med elektronisk musikk gjerne flere visuelle ekstraeffekter for å skape engasjement blant publikum.

## Oppsummering av forskningsspørsmål 2

For å hjelpe til å besvare forskningsspørsmål 2, om hvordan konserter produseres for å skape ekstraordinære opplevelser for publikum, har jeg presentert data fra dydeintervjuer, samt data fra dokumentundersøkelsen. Informantenes utsagn, som mye av denne dataen er basert på, forklarer hvordan designere og teknikere er med på å løfte publikums konsertopplevelser til nye høyder. Informantene forteller alle sammen at de ønsker å skape et visuelt uttrykk som harmonerer med musikken, og resten av det som foregår på scenen. Ved å underbygge stemningen som musikken setter, vil lys og pyro bidra til å kunne skape positive følelser som oppleves som ekstraordinære for publikum. Informantene poengterer at de ikke ønsker å overstyre noen av de andre elementene på scenen, men at de like vel ønsker å beholde sitt kunstneriske uttrykk separat fra det andre.

Gjennom intervjuene kom det også frem av informantene at de ser verdien av å ha gode tekniske ferdigheter. Dette vil komme godt med når de skal designe show som skal holde publikums oppmerksomhet over en lengre periode. Å skape større øyeblikk underveis i konserten fungerer ofte bedre for totalopplevelsen, enn å kjøre på med alle effektene i starten.

Informantene er klare over at publikum ofte tar lys og andre visuelle effekter forgitt, noe som ikke nødvendigvis er en negativ ting. Det visuelle er et verktøy som er med på å underbygge musikkens budskap, og skaper derfor en bedre totalopplevelse. Lysdesignere og pyroteknikere har stor makt over publikum, dersom de skaper gode visuelle uttrykk som passer til resten av konsertopplevelsen. Rett lys til rett tid kan få publikum til å danse eller rope, avhengig av lysets styrke, retning og type lampe. I henhold til pyroeffekter, kan flammer og fyrverkeri skape en større tilstedeværelse, da man som publikum kan høre smellene, og kjenne varmen på kroppen.

Gjennom data fra dokumentundersøkelsen kommer det frem et poeng om at ikke alle typer konserter nødvendigvis krever den samme typen visuelle ekstraeffekter. Det er eksempelvis en forskjell på rockekonserter og konserter med elektronisk musikk. Selv om rockekonserter av natur er mer dynamiske betyr dette like vel ikke at de ikke krever noen former for ekstraeffekter, men at typen effekter vil være annerledes enn for elektronisk musikk. I den retningen musikkverden er på vei mot i dag, med stadig mer elektronisk musikk enn tidligere, vil det kunne være behov for å skape nye typer visuelle utforminger enn hva som er gjort før.

### Forskningsspørsmål 3:

*Hvordan antas det at livemusikken vil utvikle seg fremover?*

Til forskningsspørsmål 3, om hvordan det antas at livemusikken vil endre seg i tiden fremover, har jeg fått meningene og anslagene til informantene jeg gjennomførte dybdeintervjuer med, samt hentet informasjon gjennom dokumentundersøkelsen.

Informant 1 forklarer at etter en tid med pandemi og mye usikkerhet, hvor man til tider ikke har visst hvordan morgendagen har kommet til å se ut, har han opplevd at både artister og publikum har satt større pris på å være del av et kreativt og kulturelt miljø.

Informant 1: Jeg tror det i tiden fremover kommer til å handle mye om å komme nærmere publikum. Det skal være en større connection mellom artist og publikum ... slik at det ikke blir så stor forskjell mellom dem og oss, men heller at artisten er en del av publikum, og det blir en stor enhet som fester sammen.

Informant 1 nevner eksempler på artister som benytter et alternativt scenedesign på sine konserter. Informanten nevnte den norske duoen Karpe som hadde konsertscenen midt i publikum, i stedet for foran publikummet, og bandet Coldplay, «som delte ut armbånd til publikum på sine konserter, hvor publikum fikk bli en del av lysshowet. Jeg antar at dette fikk publikummet til å føle seg mer inkludert på arenaen».

Det digitale magasinet Monitor ([www.monitormagasinet.no](http://www.monitormagasinet.no)) skrev om Karpe sin Sas Plus/Sas Pussy turne i 2019 (Olsen, 2019), der duoens alternative sceneoppsett var med på å skape utfordringer for teknikerne:

Anders Olsen: I stedet for et tradisjonelt oppsett med scene og band i en ende med publikum i front har bandet spredt seg i hele lokalet, på alle spillesteder, og lagt opp til et unikt show for publikum. Og hodebry for de som skal løse det teknisk.

Lars Morten Larsen, lysdesigner og teknisk ansvarlig på Karpes turne i 2019 forklarte i innlegget i magasinet Monitor at det var en «takknemlig oppgave å jobbe med så ambisiøse artister. Ambisiøse på den måte at de er villig til å sette fortjeneste til side for å levere et spektakulært show for sine tilhengere.

Det kommer frem i innlegget at konsertene hadde omfattende lysrigger, i flere tilfeller midt i salen, med videodisplayer integrert i riggen. Dette tyder på at artistene bryr seg om produksjonsdesignet, og hvordan deres visuelle uttrykk oppfattes av publikum.

Det britiske underholdningsnettstedet Diffuser ([www.diffuser.fm](http://www.diffuser.fm)) skrev i 2012 om Coldplay og hvordan de bruker sitt publikum som en del av lysshowet, med LED-armbånd. «Coldplay have evolved their live shows over the years to make them more memorable for concert goers, giving attendees flashing wristbands to make them part of the production». Det kommer frem at bandet har utviklet deres show for å gjøre de mer minneverdige for publikummet. Gjennom å dele ut lysende armbånd har de gjort publikummet til en del av produksjonsdesignet. På samme måte som i eksempelet med Karpe, har dette heller ikke vært et billig bidrag til produksjonen. Det kommer frem i artikkelen til Diffuser at Coldplay i 2012 brukte nærmere 5 millioner norske kroner per konsert på å lyse opp salen med LED-armbånd. En kommentar fra Chris Martin, vokalisten i Coldplay, er inkludert i artikkelen. Han uttrykker sin bekymring for de høye prisene, men forklarer at det er ønskelig å beholde armbåndene, da de har blitt en sentral del av konserten.

Chris Martin: Most of the money we're earning on the tour is put into the wristbands (...) We have to figure out how to keep it going without going broke, because it's a crucial part of the concert.

Underholdningstjenesten WeJam ([www.wejam.studio](http://www.wejam.studio)) publiserte i etterkant av pandemien et innlegg om sine anslag for fremtiden av livemusikken. I artikkelen nevnes det at livemusikk i lang tid har vært en del av menneskenes kultur, men at det nå står overfor betydelige og uforutsigbare endringer. «Modern technology is driving the evolution of exciting possibilities for live performance» (WeJam, u. å.). Ny teknologi pekes her ut som en faktor som er med på å trekke livemusikken videre. Informantene som ble intervjuet for dette studiet nevner også i flere tilfeller teknologi som en stor årsak til at mulighetene innenfor konsertproduksjon stadig blir fler.

Informant 1: Jeg føler at mye allerede er sett og gjort innenfor lysdesign ... det er jo begrenset hvor mye man får gjort med disse lampene. På grunn av dette må man tenke nytt, og være kreativ med den nye teknologien som finnes. Også ved å inkludere publikum mer vil man kunne utfordre kunstformen, og få til ting som folk ikke før har sett.

Både bruken av ny teknologi, og inkludering av publikum i det totale produksjonsdesignet, blir trukket frem av Informant 1 som fremtidige trender innenfor livemusikken.

Han forklarer også at bruk av video og LED-skjermer kommer til å være en sentral del på konsertscenene fremover.

Informant 1: Mye av det jeg benytter i dag er video som et hjelpemiddel for å styre lyset. Med video har man mulighet til langt mye større variasjon enn med kun lys. Veldig mange av de kundene jeg har og jobber med i dag spør meg om LED-skjermer og video. Dette ser jeg at kommer til å være svært aktuelt i tiden fremover.

Informant 2 forklarer også at teknologi har vært en drivkraft for endring de siste årene. Hun nevner også at det ha med en lysdesigner som en del av konserten er noe som har blitt mer vanlig de siste årene. «Man har alltid hatt lydteknikere med, men det har nå blitt mye vanligere å ha lys også. Lysteknikeren ble nødvendigvis ikke lagt med i budsjettet tidligere, men det merker jeg at det blir oftere nå».

Informant 2 ser at både artister og publikum har de siste årene blitt mer opptatt av den visuelle utformingen av konserten:

Informant 2: Publikum har blitt vant til å se et mer ekstraordinært og helhetlig show hvor musikk og lys er i samspill. Dette har nok også en del med at folk bruker mye tid på å se på filmer og serier, og på sosiale medier. Da blir man eksponert for hvilke muligheter som finnes verden over, og forventer tilsvarende når man drar på konsert selv.

Informantens utsagn kan tolkes på en slik måte at menneskers bevissthet for tilbud og muligheter har gått opp på grunn av en økt globalisering. Digitalisering av medier har skapt nye kommunikasjonsmuligheter, og gjort at man til enhver tid har mulighet til å følge med på hva som skjer andre steder i verden. Informant 2 forklarer også at artister, i tillegg til å ønske et sterkere visuelt uttrykk på konsertene, også ser behovet for å gjennomføre dette uttrykket utover konsertene. «De bruker ekstra ressurser på å lage cover art, plakater og digital markedsføring som skal danne et helhetlig bilde, som også gjenspeiles på selve showet».

At publikum får større makt og stiller høyere krav ser ut til å være faktum for dagens og fremtidens livemusikkbransje. Informant 3 er også enig i at livemusikken i tiden fremover kommer til å være veldig publikumstyrt, samtidig som bransjen dras videre parallelt med ny teknologi.

Informant 3: Den norske musikkduoen Karpe har nylig hatt konsert i Oslo Spektrum hvor de har hatt badebasseng på scenen. Dette er jo kun ett eksempel, men når publikum ser dette, setter det også en standard for hva som forventes neste gang. I henhold til teknologi tror jeg det meste blir mer av lys, pyro og andre spesielle effekter blir mer automatisert.

Informant 3 er enig med de andre informantene når det gjelder hvilke trender som vil være gjeldende i musikkbransjen i tiden fremover.

### Oppsummering forskningsspørsmål 3

Til dette forskningsspørsmålet har jeg presentert data fra dybdeintervjuene, samt data fra dokumentundersøkelsen. Informantenes utsagn forklarer hvordan designerne og teknikerne ser for seg at livemusikken kommer til å utvikle seg, basert på deres opplevelser og erfaringer. Dataen som er presentert fra dokumentundersøkelsen forklarer også hvordan andre eksperter i samme bransje anslår fremtiden av livemusikken.

Informantene forklarer at de allerede opplever at forholdet mellom artist og publikum har begynt å endre seg. Forskjellen på artistene på scenen, og publikum i salen blir mindre. Det er tydelig at artistene gjerne ønsker å inkludere publikum som en del av konserten på en annen måte enn tidligere. Dette kan sees gjennom eksemplene med publikum som får utdelt lysende armbånd og blir en del av lysdesignet, og med Karpe sin scene plassert i midten av publikum.

Disse forestillingene, med nye typer løsninger viser seg å koste artistene en del penger. Til tross for dette, ønsker artistene like vel å fortsette å benytte denne typen løsninger, da de ser hvilken positiv effekt det har på publikum.

Alle informantene er enige i at moderne teknologi er en stor del av livemusikkens utvikling fremover. Gjennom dokumentundersøkelsen, kommer det samme faktum frem. Mulighetene for konsertproduksjon blir stadig større, i takt med utvikling av teknologien. En økt globalisering, og mulighetene vi i dag har for å kommunisere med mennesker over hele verden gjør at vi eksponeres for alt som er av ny innovasjon. Dette fører igjen til at publikums bevissthet går opp, og kravene til konserter blir dermed høyere.

Med stadig økt bruk av sosiale kommunikasjonsplattformer blant befolkningen, vil delingen av bilder og videoer også sees av stadig fler. Dette gjør at mange artister ser behovet for et estetisk velutviklet scenedesign, i tillegg til et mer helhetlig visuelt uttrykk gjennom cover art, plakater og annen markedsføring.

#### Forskningsspørsmål 4:

*I hvilken retning bør livemusikken utvikle seg fremover?*

Til forskningsspørsmål 4 vil jeg presentere informantenes anslag, og andre eksperter sine meninger basert på dokumentanalysen. Presentasjonen av denne informasjonen vil legge grunnlag for å gi svar på hvordan livemusikken bør bevege seg i tiden fremover, for å bli en attraktiv bransje å arbeide i for aktørene, og for publikum å ta del i.

Informant 3 forteller som nevnt tidligere, at han er enig i at teknologi og mer publikumsstyrte konserter vil være aktuelt fremover. Informanten går så videre til å utdype mer om hvor behovene vil ligge for at denne utviklingen skal være mulig å gjennomføre i praksis:

Informant 3: Jeg tror også at det kommer til å komme flere ingeniører og IT-eksperter inn i bransjen på grunn av disse teknologiske utviklingene. Det vil være behov for flere profesjonelle og utdannede som kan koding og automatisering. Dette krever at vi får en utdanning for teknikere innenfor nettopp denne bransjen, noe som ikke finnes i dag.

Gjennom intervjuet, forteller også Informant 1 at han ser viktigheten av å holde seg oppdatert, og stadig videreutvikler sine ferdigheter, i takt med teknologiske utviklinger. «Jeg tror at video kommer til å oppta mye av fremtidig livemusikk, og man bør derfor være oppdatert på dette». Informanten ser at etterspørselen av video på LED-skjermer er stor blant artister, og at det derfor vil være viktig for mange som arbeider med produksjonsdesign å oppdatere seg på utviklingene innenfor dette området. I tillegg til å skape gode konserter som engasjerer publikum, vil det fremover være et større behov for å kunne planlegge et godt visuelt sceneshow, som også er mulig å pakke sammen, og ta med på turné.

Informant 1: En ting er å designe et bra sceneshow, som fungerer sammen med alle de andre elementene i konserten, men det å planlegge en turné kan være mer komplisert. Ikke bare skal det se bra ut, men man skal også kunne pakke det på bil. Man skal rigge det opp, få det til å fungere, og programmere det ferdig. Man blir derfor noe begrenset, og man blir derfor ofte nødt til å tenke nytt. Restriksjonene man har pusher deg like vel ofte i nye retninger, noe som også kan være positivt.

I tillegg til det rent tekniske og praktiske, trekker også informant 1 frem at han er glad i det han jobber med, på grunn av «det menneskelige aspektet ved konsertene», og at dette bør være et fokus i fremtiden av livemusikken.

Informant 1: Nå til dags er jo mange svært opptatt av telefonene sine, men personlig ønsker jeg at publikum skal være mer til stede under konserten, og oppleve det som skjer her og nå. Det er denne retningen som jeg ønsker at livemusikkbransjen skal gå.

Informant 1 legger like vel ikke skjul på sin tvil om telefonbruken på konsert. «Jeg tviler på at det er i denne retningen vi er på vei mot, da teknologi er såpass sentralt i menneskers liv nå for tiden». Informant 1 ser også viktigheten i at forskjellige typer visuelle effekter klarer å skape et godt samspill på konserten, i stedet for å utkonkurrere hverandre.

Informant 1: Vi kommer til å ha et mindre skille mellom lys og video. Man blir da nødt til å finne løsninger for at videoen ikke skal konkurrere med de andre visuelle effektene, som lys og pyro, men at det skal fungere sammen, og harmonere. Videoen må kunne bli en del av det totale showet uten at publikum står og stirrer på skjermen. De er tross alt på konsert, ikke kino.

Informant 1 ble så spurt om han hadde noen eksempler fra konserter der han opplevde at musikken og de forskjellige visuelle elementene harmonerte godt, og bidro til å skape et ekstraordinært totalprodukt for publikum:

Informant 1: Chemical Brothers hadde et show i London for noen år tilbake, hvor de hadde satt opp lamper bak LED-skjermene, så det kom lysstråler ut av skjermen. Dette synes jeg var med på å skape en helhetlig publikumsopplevelse, siden man klarte å kombinere de forskjellige elementene på en slik måte at de fungerte godt sammen, i stedet for å konkurrere om publikums oppmerksomhet.

En artikkel av Amy X. Wang er publisert i tidsskriftet Rolling Stone, hvor hun skriver om hvordan sosiale medierplattformen Instagram er med på å bestemme fremtiden til konserter og livemusikk. I artikkelen er det inkludert et intervju med den erfarne konsertdesigneren LeRoy Bennett, som forklarer hvordan konserter i dag i mange tilfeller er like godt konstruert for publikummet hjemme, som for publikum til stede på konserten. En del av intervjuet omhandler også nåtidens trender på større konserter. Her kommer LED-skjermer, laser, og andre fotovennlige effekter opp som særlig relevant.

LeRoy Bennett: I would say over the last 15 maybe 20 years, they've really grown in popularity. The first LED screen that was ever invented was used was U2's PopMart, and since then, the tech has gotten refined and a lot more cost-effective. Everybody feels they need to have an LED screen. But sometimes when you have a big screen like that it becomes claustrophobic. With an LED screen it's also a commitment: You have to have an image or it's just a gray thing in the background.



Konsertdesigneren peker her på viktigheten av LED-skjermer på konserter i dag, og at det kan være et godt virkemiddel på publikum, så lenge det blir benyttet på en godt gjennomført måte. På grunn av utviklet teknologi vil det være mulig å benytte seg av stadig nye typer elementer som en del av konsertdesignet, men det vil være viktig at planleggingen og gjennomføringen av bruken er gjort riktig. Videre i artikkelen nevnes det også at store figurer og objekter i dag ofte benyttes som en del av scenedesignet. Eksempelvis nevnes Drake sin flyvende Ferrarri, og Taylor Swift sine kjempeslanger, og Travis Scott sin fugl. Disse ikoniske figurene blir i disse situasjonene ofte plassert strategisk for å skape gode bildemuligheter for publikum, i følge konsertdesigneren.

LeRoy Bennett: The idea has been around for decades: Pink Floyd had a flying pig, Prince's Lovesexy tour had a Ford Thunderbird that drove around the stage. If it's iconic like that, it will be a good Instagram moment.

Bruken av ikoniske objekter som fanger publikums oppmerksomhet, har blitt benyttet i flere tiår, og det viser seg i dag å være et nyttig virkemiddel dersom man ønsker at publikum skal ta bilder av konserten. I artikkelen i Rolling Stone, diskuterer forfatteren Amy X. Wang og konsertdesigneren, LeRoy Bennett:

Amy X. Wang: We've seen concerts go from music experiences to visual spectacles, and this year's big shows seem especially focused on visual theatrics. Is it fair to say a lot of that is directly because of Instagram?

LeRoy Bennett: Yeah. Social media is making a lot of artists very concerned about the Instagram moment, about making sure their show's photographs are the best. The whole Instagram thing is kind of a slippery slope because there's a lot of people in the audience not all in the same spot, so some people take better shots than others, and artists see it and go "This is terrible!" You can only control it so much.

Selv om den visuelle utformingen av konserter lenge har blitt tatt hensyn til, tyder det like vel på at det har blitt utviklet større oppmerksomhet rundt dette de siste årene. LeRoy Bennett mener at årsaken har mye med Instagram å gjøre. På grunn av publikums store bruk av Instagram, blir dette derfor noe artistene bryr seg mye om, da de ønsker at deres show skal fremstå godt på bildene som publiseres. Wang spør Bennett om det kun er artistene som bekymrer seg over hvordan publikum sine konsertbilder kommer til å ende opp, eller om dette også er noe konsertdesignere tenker over.

LeRoy Bennett: It's the artists' concern, yes, about what pictures of their shows look like. How they're lit, how they look on stage. Of course you can't sacrifice your live show for Instagram, but you can take it into consideration.

Konsertdesigneren forklarer her at det hovedsakelig er artistene som bryr seg om publikums Instagrambilder, men at han som designer også tar det med i betraktning til en viss grad. I intervjuet med Informant 3 forklarer vedkommende at mye av deres pyroeffekter og fyrverkeri er et hovedfokus i «aftermovies» som lages av større festivaler. Disse filmene som publiseres i etterkant av en festival benyttes til å markedsføre neste års arrangement. I disse filmene fokuseres på de store effektene og øyeblikkene. Dette skaper økt forventning hos publikum om at det skal bli tettere mellom de store effektene og øyeblikkene neste år, noe som også kan føre til urealistisk høye forventninger for neste års arrangement. «Klart det har noe å si hvordan scenen ser ut på bilder» forklarer informanten. I intervjuet mellom Wang og Bennett i Rolling Stone blir pyroeffekter også tatt opp som et tema. Wang spør om hvordan teknologien rundt pyro har endret seg.

LeRoy Bennett: There are heavy restrictions and safety laws for pyrotechnics. I've designed for German band Rammstein for 16 years and they have more pyro than anyone. We have a safety officer who's at rehearsals the whole time and literally makes this whole catalog of certificates and everything, about every single pyro effect. Sometimes cities have different rules and regulations, so once you come into a particular city, you have to present the fire marshal with what you're doing and how it works within the parameters of their laws.

Konsertdesigneren forklarer at det i dag er strengere krav for bruken av pyroteknikk enn det noen gang har vært. Dette krever også en ny type planlegging og behov for kompetanse i livemusikkbransjen for å kunne gjennomføres.

I prat med Informant 2 om hvordan livemusikkbransjen bør se ut i fremtiden kom hun med et konkret svar om hvordan bransjen kunne utviklet seg til å bli en enda mer attraktiv bransje for henne å jobbe innenfor. «For meg som næringsdrivende må det mer rettigheter på plass. Lysdesignere får nødvendigvis ikke noe designhonorar, slik som andre kunstnere og designere får».

Informant 2: Under Coronapandemien har det vært en del frafall av arbeidskraft i bransjen, særlig blant teknikere. Det har heller ikke kommet noen nye inn i denne perioden, så behovet for flere folk er absolutt reelt. På grunn av underbemanning i bransjen blir det ofte mange oppdrag, noe som absolutt er bra! Men det gjør at jeg alltid har muligheten til å planlegge og gjennomføre hvert prosjekt så nøye og grundig som jeg skulle ønsket. Jeg får på grunn av dette ikke utfordret meg så veldig rent kunstnerisk, da tidsfristen er for kort til å eksperimentere så mye.

Informanten skulle gjerne sett flere retningslinjer rundt opphavsrett for hennes kunstneriske verk komme på plass. Hun uttrykker i tillegg en bekymring for underbemanningen av teknikere i livemusikkbransjen. Coronapandemien har, som informanten nevner, ført til et bortfall av teknikere. Disse personene har heller ikke kommet tilbake til bransjen etter at restriksjonene i samfunnet ble opphevet, noe som gjør arbeidshverdagen til informanten mer hektisk enn ønsket, i visse tilfeller. Årsaken til at mange ikke har valgt å returnere tilbake til bransjen etter at Coronarestriksjonene ble opphevet, kan ha med at kompensasjonsordninger for inntektsbortfall ikke er på plass i alle de kreative næringene, forklarer Informant 3.

#### Oppsummering forskningsspørsmål 4

Jeg har nå lagt frem data som kan bidra til å besvare forskningsspørsmål 4, om hvordan livemusikken bør gå i tiden fremover for å bli en attraktiv bransje for både ansatte i bransjen, samt publikum. Jeg har presentert data fra dybdeintervjuene og dokumentundersøkelsen som bidrar til å belyse disse temaene. Informantenes utsagn forklarer retningen de ideelt sett ser at bransjen beveger seg mot, og data fra dokumentanalysen bidrar til å gi et større overblikk av hvordan aktører i bransjen håper at livemusikken går.

Informantene som tok del i intervjuene har arbeidet med design av konserter og forestillinger i flere år. De har alle vært med fra perioden før Coronapandemien inntraff, og hele bransjen ble satt ut av spill. De forklarer gjennom flere eksempler at det er et stort behov for flere teknikere av forskjellige slag i den typen yrker som de selv jobber i. I tillegg til et økt behov for teknikere, ser de også et økende behov for flere ingeniører og eksperter innenfor IT. Livemusikkbransjen trenger IT- og ingeniørkompetanse for å kunne utnytte den stadig utviklede og mer automatiserte teknologien som skapes.

En stor mengde fotografering og videoopptak blant publikummere er i dag realiteten på mange konserter. Fotovennlige scener, med fargerike lys og spennende utforminger gjør at mange ønsker å forevige disse øyeblikkene. Flere av informantene deler sin misnøye med dette fenomenet, men forstår effektene det kan ha. Fotografering og bildedeling over sosiale

medier kan fungere som et markedsføringsverktøy, og skape en større synlighet for mindre artister. Å skulle tilpasse konsertdesignet for å ta seg godt ut på publikums bilder vil derfor til en viss grad være nødvendig å ta stilling til når man designer et sceneshow.

For at livemusikkbransjen skal bli en enda bedre arbeidsplass for aktørene, ser de også behovet for flere rettigheter og andre typer vilkår som allerede er godt etablert i andre bransjer.

## 5.0 Drøfting

Så langt i oppgaven har jeg analysert hvordan informantene forholder seg til utviklingen som livemusikken står overfor og hvordan de bidrar til å skape ekstraordinære konsertopplevelser for publikum gjennom sitt arbeid. Jeg har lagt frem informantenes antakelser og ønsker for fremtiden som næringsdrivende innenfor livemusikkbransjen, og jeg har presentert aktørenes meninger om hvordan konserter kan gjøres til noe mer enn kun musikalske opplevelser.

Gjennom intervjuene og dokumentundersøkelsen var det spesielt tre forhold som utpekte seg som særlig interessant. Den første har med de *teknologiske utviklingene* som livemusikken står overfor. Det andre handler om *behovet for sterk kompetanse* blant teknikere og andre fagfolk innad i livemusikkbransjen, og det tredje er *hvordan sosiale medier bidrar i markedsføringen av konserter*. Dette kapittelet vil deles inn ut ifra disse tre temaene, og ved å sette denne informasjonen opp mot teori og tidligere forskning vil jeg kunne sette resultatene inn i en bredere sammenheng. Videre i neste kapittel, vil jeg gi en oppsummering av de viktigste funnene, før jeg svarer på oppgavens overordnede problemstilling.

### 5.1 Teknologiske utviklinger

Felles for informantene som deltok i denne studien, samt eksperters utsagn hentet fra dokumentundersøkelsen, er at teknologi spiller en stor rolle i utviklingen av livemusikken. Utviklingen og forandringene som musikkbransjen opplever, skjer parallelt med mye av den teknologiske utviklingen som skjer ellers på verdensbasis. Dette er med på at publikum får forventninger om en stadig fornyelse og forandring når de går på konsert, og det krever en fornyelse og oppdatering av kompetansen til de som jobber med produksjon og design av konserter. Behovet for oppdatert kompetanse, samt nye typer kompetanse blant fagfolk i konsertbransjen, vil diskuteres videre i neste delkapittel.

Jeg vil nå utdype videre om hvordan *teknologi* bidrar til å forandre måten lysdesign og pyroteknikk benyttes i livemusikken. Jeg vil se dette i lys av oppgavens overordnede problemstilling, om hvordan dette bidrar til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum, og hvordan det er med på å trekke livemusikken videre.

Livemusikk har gått fra å i stor grad fungere som en utgift til promotering av plater, til å bli en begivenhet i seg selv. Radio har vært et dominerende medium for musikkformidling fra starten av 1900-tallet, og frem til internett tok over på begynnelsen av 2000-tallet.

Masseprodusert digital musikk ble derfor artistenes hovedinntektskilde da internett kom på banen. Siden artistenes inntekt på egen innspilt musikk har gått ned etter at streaming ble dominerende musikkkanal, er artistene derfor nødt til å tjene pengene sine andre steder, som for tiden er gjennom konserter. Som lagt frem i Kulturrådets rapporter, opplever den totale musikkbransjen at inntektene fra konsertvirksomhet stadig øker, og står i dag for den største andelen av omsetningen i den totale musikkbransjen (Halmrast, et al. 2016, s. 11).

Teknologi var tidligere med på å true livemusikkens overlevelse, da nye former for konsum av musikk kom på banen. Like vel, ser teknologien ut til å være helt essensielt for overlevelsen av livemusikken i dag. Ut ifra intervjuene med informantene som alle tre arbeider med produksjon av konserter, kommer det frem at teknologi er et virkemiddel som gjør at det de jobber med i det heletatt lar seg gjøre. Fremskrittene innenfor både lysdesign og pyroteknikk har vært store siden det ble aktuelt å benytte dette som en del av en konsert. Basert på informasjon hentet gjennom dokumentundersøkelsen, viser det seg at moderne teknologi i mange tilfeller er helt nødvendig for å skape den typen forestillinger som settes opp i dag. Denne typen forestillinger, med avanserte og unike visuelle utforminger, ser ut til å være det som gjør at livemusikken aldri har vært viktigere for artistene og bransjen generelt.

Et interessant funn i min analyse er den tilsynelatende store «makten» lysdesignere og pyroteknikere har på publikum på konserter. Selv om informantene er klar over at deres visuelle bidrag til forestillingene i flere tilfeller ikke bevisst legges merke til av publikum, vet de selv at lyset og ekstraeffektene er med på å sette en stemning, det skaper større tilstedeværelse, noe som igjen bidrar til å gjøre opplevelsene for publikum ekstraordinære. Ved å benytte lys- og pyroeffekter strategisk, kan teknikerne på en måte «kontrollere» publikum, og gjøre de mer engasjert. Dette påvirker igjen artistene på scenen, og gjør at konserten går fra å være en ren musikalsk opplevelse, til noe mer sammensatt og helhetlig. Et slikt produkt ser man at det er mange i dag som ønsker å bruke sin tid, og legge igjen sine penger på.

Informantene er klare over at publikum ofte tar lys og andre visuelle effekter forgitt, noe som ikke nødvendigvis er en negativ ting. Det visuelle er et verktøy som er med på å underbygge musikkens budskap, og skaper derfor en større totalopplevelse. Lysdesignere og pyroteknikere har stor påvirkningsmulighet på publikum, dersom de skaper gode visuelle uttrykk som passer til resten av konsertopplevelsen. Uten teknikere og designere som bidrar til å skape denne visuelle utformingen, vil ikke totalproduktet av konserten være det samme.

For å nå opp til publikums forventninger og ønsker, bør en inkludering av denne typen kompetanse bli høyt prioritert.

Et annet tema som ble tatt opp i teorikapittelet, var populærmusikkens utvikling. Rockens storhetstid som vokste frem på 60 og 70-tallet, gjorde at konsertene gikk fra å holdes på mindre scener, til store arenaer som fotballstadioner og hockeyarenaer. Bandmedlemmer av en rockegruppe var, og er fortsatt, i mange tilfeller dynamiske når de opptrer på scenen. Instrumentene benyttes som en del av showet, og flere band har opp gjennom tidene vist kreative løsninger for å lage engasjerende sceneshow. Denne typen konsert krever derfor gjerne en mindre avansert utforming av produksjonsdesignet for å engasjere publikum. Elektronisk musikk, på den annen side, har ikke like ofte de samme engasjerte og dynamiske elementene som en naturlig del av sine forestillinger. Musikere står mer i ro, da musikken ofte produseres live. Gjennom dokumentanalysen kommer det frem at musikere innenfor denne sjangeren gjerne ønsker å inkludere en større grad av visuelle ekstraeffekter for å kunne engasjere publikum. Artistene ser viktigheten av å engasjere publikum på flere måter enn vare det auditive.

For at det skal være mulig for livemusikkbransjen å utvikle seg, er den nødt til å tilpasse seg de stadig nye teknologiske innovasjonene. For å henge med på disse endringene vil det være behov for flinke fagfolk med de rette kunnskapene. Dette vil jeg diskutere videre i neste delkapittel.

## 5.2 Behov for sterk kompetanse

Gjennom analysen kom det frem fra forskjellige kilder at behovet for sterk kompetanse innad i livemusikkbransjen er høyst nødvendig for å skape den typen konserter og forestillinger som forventes av publikum i dag. Det ser også ut til at det vil være behov for nye typer utdannelse for å kunne tilby bransjen den kompetansen som den ser ut til å kreve i tiden fremover.

Det kommer frem i analysen at det antas at det meste av lys, pyro og andre spesielle effekter vil bli mer automatisert i fremtiden. Skulle dette vise seg å være tilfelle, vil det også være behov for flere ingeniører og IT-eksperter i livemusikkbransjen.

Data hentet fra informantene og dokumentanalysen tyder på at det per nå ikke finnes noen utdanning som gir nettopp den kombinasjonen av kunnskaper som trengs. Koding og programmering, i kombinasjon med andre tekniske ferdigheter ser ut til å være der behovet kommer til å ligge fremover. For å samle mennesker med denne typen kompetanse kreves det nye typer utdanninger.

Høy teknisk og kunstnerisk kompetanse er også nødvendig for å kunne lage show som engasjerer publikum nok til at de skal få en opplevelse utenom det vanlige. For at publikum skal sitte igjen med gode erfaringer, og ha et ønske om å ta del i slike konserter igjen, kreves det en viss grad av kreativitet og tekniske ferdigheter. I de fleste tilfeller, som kommer frem i analysen, er de beste forestillingene ikke nødvendigvis de med mest effekter, men de konsertene hvor alle komponentene harmonerer sammen, og bygger hverandre opp. For å skape dette kreves et kunstnerisk talent i tillegg til de tekniske ferdighetene.

Et annet interessant punkt som kan trekkes frem fra analysen, er at aktørene som arbeider med konsertproduksjon gjerne skulle sett at det lå flere rettigheter på plass, slik som i andre bransjer. Informantene anser deres arbeid som et kunstnerisk bidrag, på samme måte som annen visuell kunst, og som musikk. Klarere rammer for opphavsrett vil derfor være nødvendig for å unngå bortfall, og for å beholde ansatte og selvstendignæringsdrivende med høy kompetanse. Bedre kompensasjonsordninger for inntektsbortfall for personer i kulturbransjen vil også være nødvendig for å opprettholde, samt utvikle den høyt etterspurte kompetansen.

Det kommer frem i analysen at designerne gjerne skulle hatt et designhonorar, slik som andre kunstnere får. I dagens teknologiske samfunn, er fotografering og deling av bilder i sosiale medier en del av manges opplevelse når de deltar på konsert. Disse bildene fungerer i mange sammenhenger som god markedsføring av artistene og deres konserter. Det kan derfor argumenteres for at et honorar til designeren av konsertens visuelle utforming, utover den praktiske gjennomføring av jobben, ville vært på sin plass. Hvordan sosiale medier benyttes som markedsføring av konsert og festival vil diskuteres videre i delkapittel 5.3.



### 5.3 Sosiale medier som markedsføring av konserter

Gjennom analysen kommer det frem at aktører i livemusikkbransjen opplever at deres visuelle utforminger av konsertscener blir tatt bilde av, og publisert og delt rundt på sosiale medier. Konserter og festivaler skaper «aftermovies» fra årets arrangement, for å benytte det som markedsføring til neste års konsert og festival. Fotovennlige scenedesign med fine farger, spennende ekstraeffekter og fyrverkeri gjør at mange publikummere ønsker å forevige øyeblikket.

Selv om denne mobilbruken og bildedelingen ses på som en ukultur av artister og andre aktører, ser mange likevel viktigheten av den. Presentasjonen av data fra dokumentundersøkelsen viser at bildedeling i sosiale medier kan ha mange positive effekter på konsertvirksomhet. Et potensielt stort publikum blir eksponert for disse bildene hver dag gjennom sosiale plattformer som Instagram. Måten scenen utformes visuelt vil være av relevans da det vil foreviges på publikummets bilder. Flere eksperter forklarer at de tar hensyn til hvordan bildene kommer til å se ut på publikums bilder når de lager et lysdesign eller annen visuell utforming, til en viss grad. Å skape minneverdige øyeblikk for publikum som er til stede på konserten forblir like vel en prioritering blant de fleste lys- og pyroteknikere.

Å ha et velutviklet estetisk uttrykk på konserten er viktig for artister, basert på dataen presentert i analysen. I tillegg til å ta seg godt ut under forestillingene, ønsker mange artister og band også et gjennomført visuelt uttrykk på andre plattformer, gjennom coverart, merchandise, og digital markedsføring. Det totale bildet og uttrykket dette skaper for artistene skal klares og gjenskapes på konsertene. En viss planlegging mellom artist, teknikere og designere vil være nødvendig for å få til dette. Data i analysen om artisters delaktighet i planleggingen av konsertens visuelle utforming viser seg å være noe varierende. Det kommer frem at noen artister har et klart bilde av hva de ønsker, mens andre stoler på designerne til å skape et visuelt show som stemmer over ens med musikkens budskap.

Igjen, viser det seg at kompetente designere med både høye kunstneriske og tekniske ferdigheter kreves i livemusikkbransjen, da mye av verdiskapningen skjer på grunn av den visuelle fremstillingen.

#### 5.4 Oppsummering av drøftingen

I dette kapitlet har jeg satt dataene som ble lagt frem i analysekapitlet i en større sammenheng. Jeg har satt informasjonen fra de to forskningsmetodene opp imot hverandre, og opp mot teori. De tre mest sentrale forholdene: *teknologiske utviklinger*, *behov for sterk kompetanse*, og *sosiale medier som markedsføring av konserter* utpekte seg i analysen, og gjorde utgangspunktet for denne drøftingen. Drøftingen gjorde det mulig å se funnene i sammenheng med oppgavens forskningsspørsmål. Forskningsspørsmålene vil besvares mer konkret i *kapittel 6.0 Konklusjon*, i tillegg til at jeg avslutningsvis vil besvare oppgavens overordnede problemstilling.

## 6.0 Konklusjon

Formålet med dette masterprosjektet har vært å undersøke hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar til å forsterke konsertopplevelser, og hvordan bruken av lysdesign og pyroteknikk på konserter bidrar i utviklingen av livemusikk. Det har vært av interesse å forske på disse temaene, da vi befinner oss i en tid hvor konserter og livemusikk har mulighet til å bidra med stor verdiskaping for samfunnet, både sosiokulturelt og økonomisk.

Datamaterialet som resultatene baserer seg på er samlet gjennom to kvalitative forskningsmetoder. Jeg har gjennomført tre dybdeintervjuer samt en dokumentundersøkelse for å få synspunktene, ideene og erfaringene fra eksperter i livemusikkbransjen. Fire forskningsspørsmål ble satt opp som et rammeverk for datainnsamlingen. Ved å sortere informasjonen fra de to forskningsmetodene til disse spørsmålene kunne jeg diskutere og drøfte resultatene opp mot hverandre, og opp mot teori.

Jeg vil først presentere de fire forskningsspørsmålene, og besvare disse på bakgrunn av analysens diskusjon. Avslutningsvis vil jeg bruke resultatene til å gi et svar på den overordnede problemstillingen.

Forskningsspørsmål 1:

*Hvordan jobber lysdesignere og pyroteknikere sammen med artister for å skape helhetlige og gjennomførte konsertproduksjoner?*

Gjennom analysen og diskusjonen kommer det frem at lysdesignere og pyroteknikere har stor påvirkning på publikums opplevelse, med sine visuelle bidrag til konsertene. Teknikere og designere anser deres design som kunstneriske bidrag, og skal kunne sees på konserten som et enkeltstående uttrykk, ved siden av det musikalske.

Det er like vel viktig for både designerne og artistene at de forskjellige uttrykkene harmonerer sammen, og bygger hverandre opp, for at det totale produktet skal bli så helhetlig og gjennomført som mulig.

Lys- og pyroeffekter kan bidra til å underbygge musikkens budskap, og sette en stemning som gir publikum en opplevelse utover det rent musikalske.

For at sluttproduktet av konserten skal bli noe både pyro- og lysdesignere og artistene kan stå inne for, i tillegg til at det skal fremstå som en godt gjennomført helhet, kreves det nok planlegging og samarbeid.

Flere designere og teknikere opplever i dag at artistene stoler nok på deres kunstneriske og tekniske ferdigheter til at det de skaper skal fungere godt sammen med musikken. Selv om mange teknikere og designere har de ferdighetene som trengs for å skape et godt show, vil et samarbeid med artistene være nødvendig for å skape de mest helhetlige og gjennomførte konsertene. Dette krever at artister bruker tid på å kommunisere deres ønskede budskap, og den type stemning de ønsker å skape for publikum.

Klarer artister og designere å samarbeide og planlegge godt, samt bruke nok tid på å utvikle et gjennomført budskap, vil de kunne skape større engasjement, og en sterkere tilstedeværelse for publikum.

Forskningsspørsmål 2:

*Hvordan bør konserter produseres for å skape ekstraordinære opplevelser for publikum?*

Lys og andre visuelle effekter legges ikke alltid bevisst merke til av publikum, men fanges opp av underbevisstheten, og bidrar til å sette en stemning som underbygger musikkens budskap. Lys skaper sterke visuelle bilder, og pyroeffekter kan føles fysisk på kroppen gjennom varmen det gir. Dette skaper nye typer sanseopplevelser, i tillegg til musikken man hører. Den totale sammensetningen av visuelle, auditive og sensoriske følelser skaper mer sammensatte opplevelser, noe nytt og utenom det vanlige.

Publikum får stadig høyere forventninger til konserter, da produksjoner på verdensbasis setter standarden for hva som er mulig å skape. For å skape ekstraordinære opplevelser for publikum vil det derfor være nødvendig å ha kunnskapsrike fagfolk med både kunstneriske og tekniske ferdigheter som klarer å skape sterke visuelle uttrykk som holder publikums oppmerksomhet gjennom hele konserten.

Forsknings spørsmål 3:

*Hvordan antas det at livemusikken vil utvikle seg fremover?*

Basert på eksperterers meninger og erfaringer samlet gjennom datainnsamlingen, antas det at den visuelle utformingen av livemusikkopptredener vil få et stadig større fokus i tiden fremover. Dette betyr at enda flere artister vil ha behov for å ha med seg lysdesignere og pyroteknikere for å kunne skape den type show som publikum forventer.

Fremtiden av livemusikk vil antakelig fortsette i en retning hvor elektronisk musikk og DJ-konserter får en enda større plass. Denne typen musikk er i utgangspunktet mindre dynamisk på scenen, enn den type konserter som har opptatt populærmusikken frem til nå.

Dersom antakelsen om at elektronisk musikk vil gjøre opp en større del av fremtidens populærmusikk, vil det derfor være behov for en sterkere visuell utforming av scenen for å kunne engasjere publikummet.

Forsknings spørsmål 4:

*I hvilken retning bør livemusikken utvikle seg fremover?*

Basert på informantenes og andre eksperter sine meninger og erfaringer, bør livemusikken gå i en retning med større fokus på å beholde og rekruttere fagfolk med kreative og tekniske ferdigheter. Dette vil være nødvendig for å kunne skape den type konserter og livemusikkforestillinger som publikum ønsker å betale penger for å se. For å bevare og rekruttere flere til bransjen vil det være behov for flere rettigheter og bedre vilkår for selvstendig næringsdrivende innenfor de kreative næringene.

Dersom antakelsene om at sosiale medier fortsetter å ha en så stor påvirkningskraft på livemusikken stemmer, bør den visuelle utformingen forbli en prioritering for artistene. Å skape et helhetlig visuelt uttrykk på tvers av konserter, cover art og digital markedsføring vil kunne bidra til å skape større synlighet, også for mindre artister.

Overordnet problemstilling:

*Hvordan bidrar lysdesign og pyroteknikk til å forsterke konsertopplevelser, og i utviklingen av livemusikk?*

Jeg vil begynne med å oppsummere og besvare første del av problemstillingen, om *hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar til å forsterke konsertopplevelser*.

Konsserter og livemusikk viser seg å i dag være hovedkilden til inntekter for artister, og står for mesteparten av inntektene til den totale musikkbransjen (Halmrast et al., 2020).

Forskningen som denne oppgaven bidrar med er av viktighet, da den bidrar med innsikt om hvordan konsertproduksjon kan utvikles til å oppnå enda høyere verdiskapning. Å produsere helhetlige og gjennomførte show er av interesse for både artister, publikum og andre aktører i bransjen som er med på å skape konsserter.

En gjennomført visuell utforming viser seg å være nødvendig å utvikle for å skape den type konsertopplevelser som forventes av publikum i dag. Lysdesign og pyroteknikk er sentrale visuelle elementer som kan bidra til å løfte konsertene til nye høyder, og bidra til økt verdiskapning, både for publikum, artistene, og resten av livemusikkbransjen.

På grunnlag av resultatene fra de fire forskningsspørsmålene, kan det konkluderes med at lysdesign og pyroteknikk bidrar til å forsterke publikums konsertopplevelser, ved å gjøre konsserter til noe mer enn bare musikalske og auditive opplevelser. Lysdesign og pyroteknikk bidrar til å sette en stemning og en spesiell atmosfære som fremhever musikken, og bidrar til å skape en større tilstedeværelse for publikum.

Spesielt for livemusikk er at utøver og publikum befinner seg i samme rom på samme tid. Dette kan være mye av grunnlaget for at livemusikk tar omsetning fra innspilt musikk. I et stadig mer fremmedgjort samfunn vil mennesker søke å få dekket behov for mellommenneskelig kontakt. Sosiale settinger der man kan dele fysisk rom og opplevelse med andre fysiske kroppere vil derfor være en ettertraktet opplevelse.

Jeg vil så oppsummere og besvare andre del av problemstillingen, om *hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar i utviklingen av livemusikk*.

Teknologien bak både lysdesign og pyroteknikk er i konstant utvikling, og prosessene rundt utformingen av de visuelle fremstillingene blir stadig mer komplekse. Disse utviklingene skaper stadig nye muligheter innenfor konsertproduksjon. Gjennom analyse og diskusjon av datamateriale viser det seg at den visuelle utformingen av konserter spiller en essensiell rolle for totalproduktet. Det bidrar til å skape ekstraordinære opplevelser for publikum, og mer visuelt utformede konserter ser ut til å være fremtiden innen livemusikk. Visuelle elementer som lys og pyro vil derfor kunne bidra til å revolusjonere måtene konserter skapes.

For at det skal være mulig å ta i bruk de nye mulighetene som teknologien gir, vil det være behov for kompetente fagfolk med både kunstneriske og teknologiske ferdigheter. Ved å skape tydeligere rammer for selvstendig næringsdrivende vil bransjen kunne klare å holde på, samt rekruttere ny sceneteknisk arbeidskraft. Nye typer utdannelse for teknikere vil derfor også være nødvendig å få på plass for å kunne trekke livemusikkbransjen videre.

Den visuelle utformingen som lysdesign og pyroteknikk bidrar til å skape, settes pris på av publikum, tas bilder av og deles i dag over sosiale medier. Dette skaper nye muligheter for markedsføring av konserter og turneer, og kan bidra til økt verdiskaping for både artister og andre aktører i musikkbransjen. Eksposeringen av konserter verden over bidrar til utvikling, og fører livemusikken videre.

### 6.1 Kritikk til egen oppgave

En kritikk til denne oppgaven er at temaet og problemstillingen er relativt bred. Å skulle komme med konkrete og entydige svar som er gjeldende for hele livemusikkbransjen, er derfor krevende. Det finnes en stor variasjon av konserter og livemusikkforestillinger, og hva noen publikummere opplever som verdifulle opplevelser, gjelder ikke nødvendigvis for alle. Mitt formål med denne oppgaven har derfor ikke vært å komme med et svar på hva som er den beste løsningen, men heller å se på hva som har fungert tidligere, og hva som antas å bli fremtiden, basert på eksperterens erfaringer og meninger.

En annen kritikk til min oppgave, er som nevnt i kapittel 3.9 *Kritiske synspunkter til datainnsamling*, at jeg ikke har tatt publikums meninger i betraktning i datainnsamlingen. På grunn av oppgavens vinkling, så jeg det mer hensiktsmessig å basere datainnsamlingen på empiri og faktiske hendelser, og ikke på publikums meninger og synspunkter.

Å inkludere publikums opplevelser, ønsker og forventninger kunne vært interessant å forske videre på, noe jeg forklarer videre i kapittel 6.2 *Videre forskning*.

## 6.2 Videre forskning

Videre forskning innenfor dette feltet kunne omfattet en studie av publikum sine preferanser, ønsker og forventninger. Temaet kunne forblitt det samme som i denne studien, om konserter som ekstraordinære opplevelser, og hvordan trekke livemusikken videre i en bærekraftig retning. I studien som nå er blitt gjennomført har kun meningene og anslagene til næringsdrivende i musikkbransjen blitt inkludert. Å sette ansattes meninger opp mot publikum sine forventninger, kunne skapt et enda tydeligere bilde av hva som må til for å trekke livemusikken videre i en bærekraftig retning, og hva som må til for å skape de beste konsertopplevelsene. Publikums opplevelse av ekstraordinære konsertopplevelser, og samspillet mellom musikk og visuell kunst, kunne vært en interessant innfallsvinkel. Spørreundersøkelser og fokusgrupper ville vært hensiktsmessige metoder for innsamling av data for denne typen forskning.



## 7.0 Litteraturliste

Frith, Simon. (2007). *Live Music Matters, Scottish Music Review*. (1. utg). Indeterminacy and Technology.

Furseth, I. & Everett, E. L. (2020). *Masteroppgaven : hvordan begynne - og fullføre*. (3.utg.). Universitetsforlaget.

Grønmo, Sigmund (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Fagbokforlaget.

Gripsrud, G., Olsson, U. H. & Silkoset, R. (2010). *Metode og dataanalyse: beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP*. (1. utg). Høyskoleforlaget.

Halmrast, H. H., Nilsen, Ø. L., Refsli, P. B. & Sjøvold, J. M. (2016). *Musikk, litteratur og visuell kunst i tall 2015*. Kulturrådet. <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/musikk-litteratur-og-visuell-kunst-i-tall-2015>

Halmrast, H. H., Sjøvold, J. M., Røed, T.S., Slemdal, L. I. & Stampe, P. L. (2020). *Kunst i Tall 2019*. Kulturrådet. <https://www.kulturradet.no/vis-publikasjon/-/kunst-i-tall-2019>

Hesmondhalgh, D. (2019). *The Cultural Industries*. (4. utg). Sage Publications.

Holt, F. (2020). *Everyone Loves Live Music: A Theory of Performance Institutions*. University of Chicago Press

Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. (2. utg). Cappelen Damm Akademiske.

Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2006). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg.). Abstrakt.

Johannessen, A., Christoffersen, L. & Tufte, P. A. (2016). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (5. utg.). Abstrakt.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju* (2. utg.). Gyldendal akademisk.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg.). Gyldendal akademisk.

Matsumoto, D. (2001). *The handbook of culture & psychology*. Oxford University Press.

Middleton, R. (2001). *Popular Music in the West. I: The New Grove Dictionary of Music and Musicians*. (20. Utg.), London/New York: Macmillan/Grove. s. 128–153.

Mossberg, L. L. (2007). *Å Skape Opplevelser: Fra OK til WOW!*. Fagbokforlaget.

Tjora, A. H. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.

Internettkilder:

American Pyrotechnics Association. (2020). *History of Fireworks*.

<https://www.americanpyro.com/history-of-fireworks>

Arntzen, K. O. (2019). *Scenografi*. Store Norske Leksikon. Hentet 01. februar 2022 fra

<https://snl.no/scenografi>.

Bøe, M. V. (2019). *Eksplisiv*. I Store Norske Leksikon. Hentet 01. mars 2022.

<https://snl.no/eksplisiv>

Berman, S. (2020). Concert Innovation: When Pyrotechnics Began to Light Up the Stage.

*Ticketmaster*. <https://blog.ticketmaster.com/concert-innovation-when-pyrotechnics-began-to-light-up-the-stage/>

Den Norske Filmskolen. (2018). *Bachelor of Fine Arts i film og fjernsyn – Studieplan 2019-*

*2022*. <https://dni1ethb5dysd.cloudfront.net/documents/Den-norske-filmskolen-BFA-studier-2019-22.pdf>

Kim, D. 2012. *Coldplay Use Their Audience as a Light Show With LED Wristbands*. Diffuser.

<https://diffuser.fm/coldplay-xylobands/>

Neergård, O. B. (2017). *Visualisering av live-musikk*. Blank.

<https://blogg.blank.no/visualisering-av-live-musikk-4ee685bf3078>

Olsen, A. (2019). *Karpe i Alle Retninger*. Monitor.

<https://www.monitormagasin.no/blogg/2019/8/23/karpe-i-alle-retninger>

Pedersen, B. (2021). *Deflagrasjon*. I *Store Norske Leksikon*. Hentet 01. mars 2022.

<https://snl.no/deflagrasjon>

Pyroteknikk. (2022). *Fyrverkeri*. Pyroteknikk. <https://www.pyroteknikk.no/hva/fyrverkeri/>

Rutherford, C. (2020). *Color theory for concert lighting design*. Harman Professional

Solutions. <https://pro.harman.com/insights/av/color-theory-for-concert-lighting-design/>

Sabatini. (2018). A Review of Illuminating Pyrotechnics. *Propellants, Explosives, Pyrotechnics*, 43(1), 28–37. <https://doi.org/10.1002/prop.201700189>

Sefa, D. (2020). *Art-Entrepreneurship In The Music Business*. [Masteroppgave, Universitetet i Agder]. UiA. <https://hdl.handle.net/11250/2682484>.

Stenbacka, C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. *Management Decision*, 39(7), 551–556. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005801>

Superlys. (2022). *Våre tjenester - Scene*. Superlys. Hentet 26.04.2022 fra <https://www.superlys.no/#tjenester-section>

Wang, A. X. (2018). How Instagram is Deciding the Future of Concerts and Live Music, *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-features/instagram-concert-design-social-media-719042/>

WeJam. (U. å). *6 Predictions for the Future of Live Music*. WeJam. <https://wejam.studio/blogs/articles/6-predictions-for-the-future-of-live-music>

Wild, L. (2005). A Brief Outline of the History of Stage Lighting. *Northern State University*. <https://hosting.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/C%EAAnica/Hist%F3ria/History%20of%20Stage%20Lighting.pdf>

## Figuroversikt:

|   |    |
|---|----|
| Figur 1: Den norske musikkbransjen sin omsetning 2012-2015 i MNOK .....           | 14 |
| Figur 2: Prosentfordeling av total omsetning i de ulike markedene 2012–2015. .... | 15 |
| Figur 3: Den norske musikkbransjen sin omsetning 2016-2019.....                   | 15 |

# 8.0 Vedlegg

## Vedlegg 1: Informasjonsskriv til deltakerne i forskningsprosjektet

Forespørsel om å delta på et forskningsintervju i forbindelse med masteroppgave

å å å

å å

å å å

å

å

å å å å å

å

å å å å å

å

å å å å

Lagret data er også lagret på maskin med kode. Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjon. Stillingstittel vil publiseres, men ikke spesifikt firma eller organisasjon.

### **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene anonymiseres eller slettes når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er i starten av juni 2022.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi

av opplysningene,

- å få rettet personopplysninger om deg,

- å få slettet personopplysninger om deg, og

- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

## Vedlegg 2: Samtykkeerklæring

Prosjekt om hvordan lysdesign og pyroteknikk bidrar til å forsterke konsertopplevelser, og hvordan det bidrar i utviklingen av livemusikk.

Jeg samtykker til å delta som respondent i studien.

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet, og er kjent med at deltakelsen som respondent er frivillig, og at jeg når, som helst kan trekke meg. Jeg er også kjent med at notater, digitale opptak og utskrifter fra intervjuet vil bli slettet etter at studien er avsluttet i 2022.

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)



## Vedlegg 3: Godkjenning av NSD

12.05.2022, 23:43

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

# NSD NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA

## Vurdering

### Referansenummer

507043

### Prosjektittel

Μασεροπυλαε

### Behandlingsansvarlig institusjon

Υνπεραιτετ Αγδερ/ Φοκυλαε φορκυνσφαγ / Ινσαωπ φορριμ ισακ μ υσικκ

### Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

ΜιχηελΡ αυηρτ μ ιχηελραυηρε υια νο, τηφ 40618580

### Type prosjekt

Σωδενπροσφεκτ μ οσερωδιωμ

### Kontaktinformasjon, student

Τυπα Αμ οίε Σπελλανδ, τυπα σπελλανδε λιπε νο, τηφ 98451315

### Prosjektperiode

03.01.2022 –20.05.2022

### Vurdering (1)

#### 25.02.2022 - Vurdert

#### ΟΜ ς ΥΡΔΕΡΙΝΓΕΝ

Περσωνπερτωνεσερηορεν σπαιε μ εδ ινστωφονεν δυ φορκερελλερσυδερερπεδ. Δευνε σπαιεν ιννεβί ρερα πα σκαλι δεγ ρδδ σικ σα βεηανδλινγεν σπερσωνοπλιμινιγερ ι προσφεκτετ διττ ερλοπλιγ επερ περσωνπερρεγελπερκετ

Περσωνπερτωνεσερηορν Σπυρδερ δεν πλωναγε βεηανδλινγεν σπερσωνοπλιμινιγερ ς Σπυρδερινγ ερα βεηανδλινγεν ερλοπλιγ, ηπασδεγ γφνονομ φ/ρεσσικ δεν ερβεσρεπετ ι μ ελδεσκιμ οετ μ εδ διολογ ογ πεδλεγγ.

#### ΔΕΛ ΠΡΟΣΦΕΚΤΕΤ ΜΕΔ ΠΡΟΣΦΕΚΤΑΝΣ ς ΑΡ ΛΙΓ

Φορσωδεντερερδετ οβλιγσωρικ Σδελε προσφεκτετ μ εδ προσφεκτωνσπυρλιγ (πειεδερ). Δελεπεδ Σπυρικε πΣ κνωππεν <Α ελπροσφεκτ μ ενψλινφν /περσ ι μ ελδεσκιμ οετ Προσφεκτωνσπυρλιγ βεσκαεπερε ινστωφονεν ιννε εν υκε. Ομ ινστωφονεν υδ/περ μ Σηαν/ηυν ινσπερεσπΣνιπ.

#### ΤΥΠΕ ΟΠΠΑΨΝΙΝΓΕΡ ΟΓ ς ΑΡΙΓ ΗΕΤ

Προσφεκτετ πα βεηανδλε ομ ιννε λιγε καεγομερα σπερσωνοπλιμινιγερ φρεμ πλδεν δαωεν σμ εροππιγιτ ι μ ελδεσκιμ οετ

**LOVLIG GRUNNLAG**

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake.

Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

**PERSONVERNPRINSIPPER**

Personverntjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke behandles til nye, uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

**DE REGISTRERTES RETTIGHETER**

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), og dataportabilitet (art. 20).

Personverntjenester vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

**FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER**

Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

**MELD VESENTLIGE ENDRINGER**

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>

Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

**OPPFØLGING AV PROSJEKTET**

Personverntjenester vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!