

KAPITTEL 2

Fragmentering og bransjegliding

Som beskrevet innledningsvis er undersøkelsen som denne boka baserer seg på, rettet mot aktører i norsk musikkbransje med mange og ulike roller og funksjoner. I løpet av dette kapitlet skal vi begynne å definere hva som kjennetegner sentrale bransjeaktører i dagens norske digitale musikkbransje. Vi starter med å beskrive hva som kjennetegner musikerne som yrkesgruppe, og hvordan man sjangermessig kan kategorisere musikken de formidler. Vi beskriver også hvilke oppgaver, kjernevirksomheter og selskapskombinasjoner som preger dagens norske musikkbransje. Disse beskrivelsene legger grunnlaget for en rekke spørsmål vi skal diskutere senere i boka: Hvordan har digitaliseringen påvirket de som jobber med innspilt musikk på ulike måter? Hva betyr digitaliseringen for de som har skapende og utøvende roller, typisk artister, musikere, komponister, låtskrivere, tekstforfattere, dirigenter og produsenter? Og hva med de som jobber administrativt, organisatorisk og strategisk i ulike bransjeledd som plateselskap, musikkforlag og musikkmanagere?

Musikere som yrkesgruppe

Musikerne er, som nevnt, den største kunstnergruppen i Norge. I *Kunstnerundersøkelsen 2013* (Heian et al., 2015) ble antall yrkesaktive musikere anslått til i overkant av 10 000.⁷ Dette utgjør omtrent halvparten

7 *Kunstnerundersøkelsen 2013* ble gjennomført av Telemarksforskning på oppdrag fra Kulturdepartementet med en målsetting om å kartlegge norske kunstners aktivitet, samt arbeids- og inntektsforhold. Undersøkelsen ble distribuert til mottakere av Statens kunstnerstipend og har til felles med mange i denne undersøkelsen at svarene kommer fra personer med medlemskap i en organisasjon. Mer informasjon om *Kunstnerundersøkelsen* er tilgjengelig på Telemarksforskings hjemmesider. Se <https://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/kunstnerundersokelsen-2013/2631/>. En ny kunstnerundersøkelse gjennomføres av Telemarksforskning høsten 2021 på oppdrag fra Kulturrådet, og vil publiseres i 2022.

av de som i samme undersøkelse ble definert som kunstnerbefolkningen i Norge. Musikere er også en profesjonalisert gruppe hvor tre av fire har høyere musikkfaglig utdanning (Heian et al., 2015). Blant klassiske musikere har over halvparten mer enn fem års kunstnerisk utdanning, og stadig flere musikere innen rytmiske sjangere har også en lang utdanning med seg i etableringen av sin kunstneriske virksomhet.

De fleste yrkesaktive musikere er selvstendig næringsdrivende med inntekter fra markedet, men mange er også ansatt, fulltid eller deltid, for eksempel i statlig finansierte kulturinstitusjoner, i utdanningssektoren eller i kulturskoler. Dette innebærer at mange musikere har et stabilt arbeidsliv med sikker inntekt og ryddige arbeidsforhold. Ifølge *Kunstnerundersøkelsen 2013* hadde en av fire musikere fast ansettelse i 2013 (Heian et al., 2015). Det brede arbeidsmarkedet for musikere betyr at det er muligheter for å få jobb over store deler av landet. Mens mange kunstnergrupper er preget av en Oslo-dominans, der flesteparten er bosatt i Oslo eller omegn, er ikke dette like tydelig blant musikere. Medlemstall fra kunstnerorganisasjonene viser at en av tre musikere er bosatt i Oslo, og at det finnes organiserte musikere eller komponister bosatt i 333 av 356 kommuner i Norge.⁸

De relativt gode mulighetene for fast ansettelse påvirker inntektene til musikerne. I 2013 tjente de i snitt totalt 457 000 i året, ca. 30 000 mer enn gjennomsnittsinntekten til den yrkesaktive norske befolkning i Norge (Heian et al., 2015). Rundt halvparten av inntektene kom fra kunstnerisk arbeid, mens en fjerdedel kom fra undervisning eller andre jobber som krever musikerkompetanse. Det var imidlertid store inntektsforskjeller mellom fast ansatte og andre musikere. De fast ansatte tjente mer enn dobbelt så mye som midlertidig ansatte og frilansere/selvstendig næringsdrivende innen kunstnerisk arbeid. Selv om noen klarer seg godt økonomisk, er svært mange musikers karrierer preget av høy økonomisk risiko, ustabil arbeidssituasjon og usikre framtidsutsikter (Heian, 2018; Heian et al., 2015). Gapet mellom høy og lav inntekt gjenspeiler i stor grad skillet mellom fast ansatte og frilansere. Mens ansatte musikere har stabile ansettelses- og inntektsforhold, relativt gode framtidige økonomiske

8 Tall fra Norsk kulturindeks 2020.

utsikter og pensjonsytelser som andre ansatte i offentlig sektor, baserer frilansere seg ofte på tilfeldige og midlertidige jobber som dessuten ofte er dårlig betalt. Frilansere lever med andre ord med større økonomisk risiko og usikre framtidsutsikter. Siden kvinnelige musikere jevnt over har lavere inntekter enn mannlige, er de spesielt sårbare (Heian, 2018; Heian et al., 2015). En konsekvens har vist at dette blant annet fører til at kvinnelige frilansartister ofte velger å ikke få barn, eller avslutter sin kunstneriske karriere når de stifter familie (Flisbäck & Lindström, 2013; Heian et al., 2008). Det er lite som tyder på at hovedtrekkene har endret seg betydelig de siste årene. Snarere er det grunn til å tro at forskjellen mellom fast ansatte og frilansere har økt, og særlig i løpet av 2020 og 2021, preget av pandemi. Dette skal vi komme tilbake til i siste kapittel.

Arbeidssituasjonen til frilansmusikerne og de selvstendig næringsdrivende – og særlig til musikere som jobber i et kommersielt marked – er annerledes enn arbeidssituasjonen til musikerne som jobber i institusjoner eller i utdanningssektoren. For frilanserne og de selvstendige er markedsverdi sentralt for både karriere og inntekt, som betyr at den til enhver tid dominerende mediesituasjonen også er utslagsgivende. En tendens i dagens plattformsentrerte musikkindustri, er at et lite fåtall av musikere og opphavspersoner får en stor andel av de totale inntektene. Her finner vi noen få økonomiske vinnere, mens langt flere aldri tjener nok til å kunne leve av det. I økonomisk litteratur omtales et slikt arbeidsliv, der inntekt er svært skjevt fordelt, ofte som en «superstjerneøkonomi» – et begrep som er hentet fra nettopp musikkbransjen (Elberse, 2013; Rosen, 1981). Globaliseringen av musikkmarkedet har forsterket en slik tendens ytterligere, og det er slående at den økonomiske konsentrasjonen har økt samtidig som musikkdistribusjonen har blitt digital (Eidsvold-Tøien et al., 2019). Hvordan koronapandemien vil påvirke dette på lang sikt, gjenstår å se.

Digitaliseringen har samtidig bidratt til et annet paradoks. «Aldri har mulighetene for spesialisering vært større, men samtidig blir det vanligere at aktører selv ivaretar stadig flere roller» (Eidsvold-Tøien et al., 2019, s. 12). Jeremy W. Morris (2014) beskriver hvordan artister i dag regnes som *entreprenører* i måten de arbeider mer selvstendig på, når de tar i bruk ny teknologi for å skape musikk, synliggjøre den og få kontakt med

publikum. Digitaliseringen gjør det mulig å kutte produksjonsutgifter og kostnadskrevende mellomledd, og flere deler av jobben kan gjøres selv. En optimistisk analyse av denne gjør-det-selv-tankegangen er at digitaliseringen legger til rette for en musikkbransje preget av større uavhengighet og nye karrieremuligheter for små og mellomstore artister (Anderson, 2006; Jenkins, 2006). Når alle kan gjøre mer av alt selv, fører dette også til mer utviskede skiller mellom amatørskap og profesjonell virksomhet (Wikström, 2013).

Den kanskje litt romantiske ideen om skapende kunstnere som jobber lidenskapelig og med risikovilje har flere fellestrekk med bildet av hardtarbeidende, innovative gründere, påpeker Haynes og Marshall (2017). Disse fant i sin studie en overbetoning av positive assosiasjoner knyttet til autonomi og kreativitet i musikerens entreprenørskap. Mangel på infrastrukturell støtte, en kontinuerlig uforutsigbarhet og stor usikkerhet ble imidlertid underkommunisert. Et mer kritisk perspektiv på gjør-det-selv-virksomheter tar altså høyde for at slike praksiser inkluderer en større arbeidsbelastning på den uavhengige aktøren. Å være profesjonell og selvhjulpent krever kapasitet og ressurser fordelt på flere arbeidsoppgaver. Den uavhengige artisten eller musikeren må tilegne seg ny kunnskap som kan ta fokus vekk fra musikalske kjerneoppgaver. Bare det å drifte flere digitale plattformer parallelt, oppdatere innholdet og sørge for regelmessig interaksjon med publikum, krever emosjonell innsats, teknologisk kompetanse, og ikke minst tid (Baym, 2018; Hagen, 2020). Scott (2012) bemerker at kulturelt entreprenørskap oftest er fordelaktig for arbeid som gjelder synliggjøring, nettverksbygging og markedsføring, men utilstrekkelig i økonomisk forstand. Tschmuck (2016) argumenterer for at artister ikke lenger kan basere seg på en inntektskilde, men trenger flere parallelle pengestrømmer. Kunstfaglig kompetanse må derfor i større grad kombineres med økonomisk forståelse etter ideen om *artrepreneurship* (Tschmuck, 2016, s. 28) dersom ikke profesjonelle mellomledd skal bidra.

I en digitalisert musikkbransje står flere musikere, komponister og artister ansvarlige for virksomhetsområder som plateselskap, managere, booking-agenter, PR-agenter og flere tidligere har ivaretatt. Dette medfører i visse tilfeller bedret artistautonomi og kontroll, men følgelig også

større risiko lagt på artistene selv, og – som vi skal se i noen motsatte tilfeller – også mindre kontroll. I møte med global konkurranse, er dette et paradoks. Internasjonal satsing er krevende, og kompleksiteten i virksomhetsstyring, økonomi og opphavsrettforvaltning øker. I tillegg kommer nye, globale samarbeid til i møte med plattformleverandører og et marked i hurtig utvikling. Kiberg (2020) finner at enkelte bransjeaktører mener digital kompetanse som datakyndighet og beherskelse av analyseverktøy trumfer musikkkyndighet i arbeidet med å legge til rette for salg og markedsaktiviteter i dagens musikkbransje. Dette økte kravet til teknisk kompetanse demokratiserer ikke musikkbransjen, men snarere profesjonaliserer den. Hvorvidt internasjonal satsing krever mer profesjonalisering og spesialisert kunnskap, og om dette er mulig å oppnå for alle, er et sentralt tema videre i boka. Men først skal vi se hva materialet vårt forteller om hvilke roller og funksjoner norske musikere og artister har.

Roller og funksjoner – musikkbransjens mangesysleri

Musikkbransjen er komplekst organisert og sammensatt, noe som innebærer at mange som jobber med musikk ofte har flere funksjoner og roller. Tabell 1 viser at nesten halvparten (47 %) av de som har svart på undersøkelsen, definerer seg selv primært som artist eller musiker, mens 26 prosent definerer seg som komponist, låtskriver eller tekstforfatter. Disse artistene, musikerne, komponistene, låtskriverne og tekstforfatterne, pluss de som plasserer seg selv i kategoriene kor/orkester/ensemble (4 %) og produsent/produksjonsselskap (2 %), har vi plassert i en samlekategori som videre i boka omtales som *utøvere/skapere*. Totalt utgjør denne gruppen 79 prosent av de som har svart på spørreundersøkelsen. En annen samlekategori inkluderer de som har oppgitt at de hovedsakelig arbeider i en mellomleddfunksjon i musikkbransjen, som booking, distribusjon, management, plateselskap, markedsføring m.m. Til sammen utgjør *mellomleddaktørene* 17 prosent av de som har svart på undersøkelsen. Disse to samlekategoriene tas i bruk mange steder videre i boka når vi presenterer resultater og diskuterer digitaliseringen betyr for norske bransjeaktører.

Tabell 1. Type virksomhet fordelt på alle respondenter, inkluderer både de med og uten profesjonell internasjonal erfaring, N = 555

		Antall (N)	%
Utøvere/ skapere	Artist/musiker	261	47 %
	Komponist/låtskriver/tekstforfatter	145	26 %
	Kor/orkester/ensemble	20	4 %
	Produsent/produksjonsselskap	11	2 %
	Sum	437	79 %
Mellomledd	Booking	8	1 %
	Distribusjon	4	1 %
	Manager/management	16	3 %
	Musikkselskap (flere funksjoner)	16	3 %
	Plateselskap	33	6 %
	Promo/markedsføring	3	1 %
	Publishing/musikkforlag	13	2 %
	Sum	93	17 %
Annet	Annen jobb i norsk musikkbransje (vennligst spesifiser under)	25	5 %
Totalt		555	100 %

Tabell 1 inkluderer også kategorien «Annen jobb i norsk musikkbransje», som består av konsert- og festivalarrangører, lyd- og lysteknikere, musikk lærere, kommunikasjonsarbeidere, konsulenter, rådgivere, skribenter, journalister og redaktører. Ofte kombineres disse arbeidsoppgavene med å være utøver, skaper eller mellomleddaktør. (For nærmere beskrivelse av inndelingen, se Hagen et al., 2020, s. 30.)

At en og samme person har mange ulike sysler, er med andre ord utbredt i musikkbransjen. Dette bekreftes når de ulike musikkbransjeaktørene i et åpent spørsmål forklarer hva de definerer som kjernevirksomhet og tilleggsvirksomheter i arbeidet sitt. Skapere og utøvere av musikk kombinerer gjerne flere arbeidsoppgaver, både kreative og administrative. Mellomleddaktørene utfører sine oppgaver med utgangspunkt i ulike selskapstyper der aktiviteter, tjenester og ytelser kombineres om hverandre. Dette gjelder både for å små og store virksomheter. Virksomhetene baserer seg dessuten ofte på en kombinasjon av både langsiktige og kortsiktige avtaleforhold, samt formelle og uformelle samarbeid med flere forskjellige partnere. Mange enkeltaktører kombinerer det å være ansatt eksternt, i et selskap, ved en institusjon eller i noen andres virksomhet,

heltid eller deltid, med arbeid i eget foretak eller selskap. Overordnet betyr dette at mange i den norske musikkbransjen baserer seg på kombinasjonsinntekter, også kalt *lappeteppeøkonomi*. Noen inntektsstrømmer er kortsiktige, slik som direktosalg eller forskuddsbetalinger, mens andre er langsiktige, slik som vederlag og royalties.

Ser vi nærmere på gruppen av artister og musikere som har svart på vår undersøkelse, ser vi at de i gjennomsnitt har mer enn tre tilleggsysler hver (Hagen et al., 2020, s. 33). Omtrent halvparten av musikerne/artistene med tilleggsysler, oppgir at disse involverer administrasjon, praktisk og strategisk tilrettelegging. Disse tilleggsyslene faller inn under det vi kan kategorisere som gjør-det-selv-virksomhet, hvor entreprenørskap og utenom-musikalske egenskaper inngår i oppgavene artisten har ansvar for selv, i tillegg til å være musiker og utøvende eller skapende kunster. Av slike tilleggsysler nevnes eget plateselskap oftest, og deretter management, booking, promo/pr- og markedsføringsvirksomhet. Musikkforlag oppgis også som syssel blant noen av musikerne og artistene. Disse arbeidsoppgavene gjøres i hovedsak på vegne av seg selv og sin egen karriere som utøver og skaper av musikk, men av og til også på vegne av andre.

Som vi har diskutert ovenfor, kan drift av hele eller deler av egen virksomhet være både en fordel og en ulempe. Gjør-det-selv-mulighetene kan bidra til å sikre bedre kontroll over avtalevilkår slik at en større andel av royalties går direkte til en selv. Det kan også være besparende å slippe at honorarer og utgifter går til diverse samarbeidspartnere. Å gjøre det selv krever samtidig kompetanse innen en rekke felt, gjerne kombinert med oppstartsmidler, risikovilje og tid. Dilemmaet er derfor reelt, om besparelsen ved å praktisere driften av virksomheten på egen hånd utgjør mer enn verdien som kan skapes dersom spesialiserte og profesjonelle mellomledd er koblet på. Det er et faktum at musikkeksport er komplekst og krever dyptgående kunnskap innen mange felt for at jobben skal gjøres profesjonelt. Erfarer disse artistene og musikerne at de har tilstrekkelig kunnskap til å forvalte en internasjonal artistkarriere? Vil for eksempel en enkeltaktør med begrenset innsikt i kontraktsjus være et lett bytte i forhandlinger med multinasjonale selskaper – eller vil de i det hele tatt forsøke å forhandle? Vil en uavhengig komponist ha samme mulighet til å skape økonomisk merverdi basert på eksisterende verk, sammenlignet

med en komponist med musikkforlagsavtale der partneren har internasjonalt kontaktnettverk og lang erfaring innen lisensiering og synkronisering? Og hvor stor er sjansen for at hele handlingsrommet blir utnyttet i en digital distribusjonskanal når enkeltaktører skal ta jobben selv både med å *pitche* låter og hente ut plattformdata, sammenlignet med artister som har avtale med et stort selskap med egen analyseavdeling?

Dette er temaer som handler om profesjonalisering av ny bransjekompetanse og om evnen til å først skaffe seg den, for så å utnytte den. Ikke minst handler det om hvordan kompleksiteten i den digitale musikkbransjen på ulike måter utfordrer aktørene. Dette diskuterer vi mer i kapittel 5, og som et frampek er det kanskje ikke overraskende at det nettopp er forskjeller mellom de store og små, etablerte og uetablerte, uavhengige og avtalebundne som kan bidra til å forklare hvordan digitaliseringen rammer ulikt i omstillingsdyktighet, profesjonalisering og evne til å utnytte muligheter og handlingsrom.

Sjangerinndelinger

Sjanger er en sentral kategori når man skal beskrive sentrale forhold som gjelder arbeid med musikk, både på generell basis og i arbeid med musikk rettet mot utlandet. Er det forskjell mellom populærmusikk og klassisk musikk når det gjelder digitaliseringens betydning for musikkeksport – og er dette i det hele tatt relevante kategorier å operere med i 2021? Det siste valgte vi å ikke ta for gitt i arbeidet med denne undersøkelsen. Vi gikk heller empirisk fram for å finne ut hvilke sjangerkategorier og -kombinasjoner som kunne gjenspeiles i hvordan respondentene jobbet.

Når musikerne og bransjefolkene besvarte undersøkelsen, oppga de hvilke ulike sjangere de jobbet med eller definerte seg som del av. Mellomleddaktørene jobbet i snitt med 4,7 ulike sjangere, utøverne (artister/musikere) jobbet i snitt med 3,4. Siden de fleste oppga flere enn en sjanger, ga disse svarene oss mulighet til å analysere hvilke sjangerkombinasjoner som er vanligst blant aktørene i utvalget. Dette var nyttig for å utvikle empirisk baserte samlekategorier for analysene, men også interessant i seg selv for å se hvilke kombinasjoner av sjangere som faktisk er vanlig å jobbe med og relatere seg til. Tabell 2 viser resultatene av en korrelasjonsanalyse mellom ulike sjangere som *skapere* og *utøvere* selv har oppgitt at de jobber

i. Tallene og fargene i tabellen viser hvor sterk sammenhengen er mellom sjangerne på en skala fra -1 til $+1$. Vi ser eksempelvis at det er svært mange som har svart at de jobber både med elektronisk musikk/EDM og med hiphop/rap. Tilsvarende er det mange som både jobber med pop og rock og med blues og country. Videre er det mange som jobber med kombinasjonen klassisk og samtidsmusikk. Tabellen viser også noen negative sammenhenger, altså sjangere det er stor sannsynlighet for at man *ikke* kombinerer. Dette gjelder blant annet kombinasjoner av klassisk og samtidsmusikk på den ene siden, og pop, rock, country, elektronisk, EDM, hiphop og rap på den andre siden. Selv om det finnes enkeltartister som kombinerer sjangere innenfor disse to grupperingene også i vårt materiale, er den generelle trenden klar. Skillet mellom populærmusikalske og rytmiske sjangere og klassiske og samtidsmusikalske sjangere er tydelig i det empiriske materialet. Samtidig finner vi også noen sjangere som i mindre grad plasserer seg tydelig i en av de to gruppene, særlig jazz/impro.

Tabell 2. Korrelasjonstabell over sjanger for utøvere og skapere. Korrelasjonsverdi (Fi (ϕ)) vises for signifikante korrelasjoner (0,01 nivå). Grønt viser positiv sammenheng, rødt viser negativ sammenheng. N = 341

	Barnemusikk	Kirke, salmer, gospel	Verden	Folkemusikk, trad.	Rap, hiphop	EDM	Samtid	Klassisk	Jazz/impro	Viser	Danseband	Country	Blues	Metal	Rock
Pop					0,26	0,29	-0,23	-0,21		0,29		0,15	0,21		0,45
Rock					0,14	0,17	-0,16	-0,24		0,21		0,22	0,27	0,25	
Metal													0,13		
Blues	0,13			0,19	0,15					0,28		0,42			
Country	0,15			0,21			-0,20	-0,13		0,29					
Danse-band		0,16								0,12					
Viser	0,36		0,13	0,31					0,12						
Jazz/impro	0,21		0,30	0,18			0,12								
Klassisk		0,16		0,15	-0,15	-0,17	0,33								
Samtid			0,13												
EDM					0,48										
Rap, hiphop															
Folk, trad.	0,29		0,33												
Verden	0,33	0,12													

Note: $> 0,25$ = Veldig sterk; $> 0,15$ = Sterk; $> 0,10$ = Moderat; $> 0,05$ = Svak; > 0 = Ingen eller veldig svak

Innsikten fra denne sjangeranalysen gir et godt empirisk utgangspunkt for å dele respondentene i to kategorier, og skille mellom det vi videre i boka definerer som «rytmisk» og «klassisk» musikk. Selv om denne inndelingen er grovkornet, gir korrelasjonsanalysen en god underbygning for sorteringen. Den bekrefter at når vi senere viser til forskjeller mellom rytmiske og klassiske sjangere, er sannsynligheten stor for at aktørene vi omtaler, arbeider med flere av undersjangerne plassert i disse samlekategoriene. Videre i boka skal vi også vise at forskjellene mellom rytmiske og klassiske aktører ser ut til å være tydelige når det kommer til hvordan digitaliseringen rammer arbeidet med norsk musikk internasjonale markeder. Dette er en annen bekreftelse på at skillet mellom klassisk og rytmisk er nyttige kategorier å jobbe ut fra i denne sammenhengen.

Sammensatte selskaper

Med de nye mulighetene for skapende og utøvende musikere til å utvikle egne karrierer på egen hånd, har resten av bransjeaktørene også måttet tilpasse seg. Et av de store spørsmålene har vært hva plateselskapets rolle skal være i den digitale musikkbransjen (Negus, 2019), og hvordan utviklingen vil preges hvis produksjon og distribusjon foregår uten noen som kan ta risiko og sørge for store investeringer i forkant (Nordgård, 2018). Digitaliseringen har derfor blitt omtalt som starten på de multinasjonale plateselskapenes død (Gjestad, 2010), men også som en gyllen mulighet for at plateselskapene kan oppstå i ny drakt (Molde, 2015; Negus, 2019). Tschmuck (2016) bygger opp under forståelsen om en artistsentrert musikkbransje der digitaliseringen skaper rom for mindre og mer fleksible selskapstyper. Slike selskaper kan tilby skreddersydde løsninger for artistsers prosjekter, tilpasset en global, fragmentert og plattformsentrert musikkbransje. Den store graden av variasjon i organisering og struktur i musikkbransjen er for øvrig noe som kjennetegner sentrale bransjeaktørers typiske beskrivelse av seg selv. Denne fragmenteringen har også blitt brukt som begrunnelse for hvorfor musikkbransjen som en *enhet* har så vanskelig for å komme til enighet om gode strategiske og felles løsninger (Nordgård, 2018, s. 78–80).

Mellomleddaktørene som deltok i denne undersøkelsen, bekrefter i stor grad en sammensatt virkelighet når det gjelder musikkbransjens sentrale roller, funksjoner og selskapstyper. Kort fortalt finner vi mange eksempler på bransjeglidning og fragmentering i vårt underutvalg av mellomleddaktører. Resultatene bekrefter overlappende roller mellom selskapstyper, og de fleste oppgir å ha flere og flytende kjernevirksomheter i selskapene de jobber i. Det er ikke uvanlig å titulere virksomheten sin som musikkelskap framfor mer tradisjonelle betegnelser som plateselskap, management o.l. (se Hagen et al., 2020, s. 35). Dette i seg selv peker på en dreining i dagens musikkbransje, mot en hybrid og fleksibel organisering av oppgaver. Vi kan likevel gjenkjenne noen rollesammensetninger i disse musikkelskapene som står ut som mer typiske enn andre. Blant annet finner vi en overrepresentasjon av kombinasjonstrioen plateselskap/label, management, og forlag/publishing blant de som kaller seg musikkelskap. Også booking og distributøroppgaver er vanlige oppgaver. Av andre kjerneoppgaver i musikkelskapet er talentspeiding og talentutvikling sentralt for flere, samt tilbud om analysekompetanse i møte med digitale plattformer og risikokalkulering i karriereplanlegging. I tillegg kan musikkelskapet drifte studio- og produksjonsfunksjoner, drive med komponist- og artistvirksomhet i samarbeid med utøvere og skapere, eller jobbe som musikere eller komponister selv. I likhet med mellomleddaktørene som primært betegner seg som musikkelskap, er det flere av dem som har booking- og promotjenester som kjernevirksomhet som også i tillegg tilbyr management og plateselskap.

Plateselskap

Plateselskap er den virksomhetskategorien som flest mellomleddaktører i undersøkelsen oppgir å ha som primærvirksomhet. De fleste understreker også at funksjonen som plateselskap i dagens musikkbransje ikke er begrenset til én oppgave. Nesten alle oppgir å ha flere oppgaver og tjenester som de anser som de mest sentrale for virksomheten. Det er altså store variasjoner og kombinasjonsmuligheter i hva som definerer et plateselskap i dagens norske musikkbransje.

Oppgavene som nevnes som kjerneoppgaver i plateselskapene er mange, og inkluderer alt fra musikkutgivelser og musikkproduksjon til promo og markedsføring, management, planlegging, logistikk- og strategiarbeid, salg, lisensiering og distribusjon, A&R-virksomhet⁹ og produktutvikling. De mest typiske plateselskapsoppgavene som framkommer i denne undersøkelsen, samsvarer altså med arbeidsoppgaver som plateselskapene alltid har hatt.

Interessant nok bekrefter vår undersøkelse at det blant bransjeaktørene som primært definerer seg som distribusjonsselskap, også oppgis mange oppgaver som overlapper med det som tradisjonelt har vært forbeholdt plateselskapene. Et distribusjonsselskap har opprinnelig hatt som primæroppgave å sørge for at musikk når ut til fysiske forhandlere, både nasjonalt og internasjonalt. I dag har digitale distributører også ansvar for å få musikken inn i digitale musikkplattformer som Spotify, Tidal, Apple Music, iTunes og andre. I vår undersøkelse skildres i tillegg klassisk A&R-arbeid, fra talentspeiding og signering av artister, til studiooppfølging og markedsføring av de signerte artistene, som del av distribusjonsselskapenes oppgaver. De tidligere nevnte musikkelskapene anser også plateselskapsdrift som en vesentlig kjerneoppgave. Som vi husker var det også mange av artistene og musikerne som driftet egne plateselskap, og dermed tok på seg rollen som både utøver, skaper og mellomleddaktør. Et plateselskap kan med andre ord ta mange former, og de viktigste plateselskapsoppgavene kan utføres av aktører organisert i mange ulike selskapstyper.

Management

En manager eller et management forvalter gjerne administrative oppgaver på vegne av skapere og utøvere av musikk. Manageren kan ses på som en daglig leder eller forretningsstyrer for musikernes virksomhet, og primæroppgaver inkluderer blant annet økonomistyring, rettighetsforvaltning, koordinering, booking og planlegging (se Hagen et al., 2020, s. 36).

⁹ A&R er en forkortelse for *artists and repertoire*, og betegnelsen brukes om arbeid som involverer talentspeiding og artistutvikling i forbindelse med låtskriving og musikkutgivelser.

I så måte overlapper også managerrollen med funksjonene til både musikkelskap og plateselskap, slik vi har omtalt dem tidligere i kapitlet.

Manager-rollen har blitt omtalt som en rolle i vekst, og en rolle som er blitt mer viktig med digitaliseringen av musikkbransjen (Gordon, 2014). Dette begrunnes nettopp med bakgrunn i alle de komplekse og fragmenterte forholdene skapt av den plattformsentrerte og globaliserte bransjevirkeligheten, der spesialisert og profesjonell bransjekunnskap ut over det å skape og framføre musikken, er påkrevd. I sannhet skal det sies at rollen som manager kan ta mange former. Den kan kjennetegnes av tette bånd mellom artist og manager og involvere langt flere forhold enn de som angår virksomhetens økonomiske, strategiske og juridiske planlegging. Herunder inngår administrasjon av artisters personlige økonomi, relasjoner, timeplaner, sosiale medier, matinntak, sokkeskift, helseutfordringer og en rekke andre forhold, for å sette det litt på spissen. Managerrollen kan alternativt navngi en mer formell relasjon der kjøp av administrative «kontor- og bedriftstjenester» er avtalefestet i en managerkontrakt.

Musikkforlag/publishing

Musikkforlegging, ofte omtalt med det engelske ordet *publishing* også i Norge, er et annet område som er viet økt interesse med digitaliseringen av musikkbransjen. Som nevnt i omtalen av musikkelskap og plateselskap blir oppgaver relatert til musikkforlegging også utført av andre selskapstyper. Det at forlagsvirksomhet i musikkfeltet forekommer i samvirke med drift av plateselskap, er heller ikke noe nytt. Undersøkelsen synliggjør likevel en tendens der flere bransjeaktører, også små og mellomstore, i dag sier de ønsker å ta del i publishing og musikkforlegging som del av sin egen profesjonelle praksis, enten ved å samarbeide med musikkforlag eller satse på og utvikle musikkforlag som del av egen virksomhet. Dette skal vi komme mer inn på i kapittel 5, men vi kan røpe at dette gjelder både enkeltaktører i undersøkelsen og mellomleddaktører i ulike roller og funksjoner.

I undersøkelsens underutvalg av musikkforleggere, nevnes en rekke klassiske forlagsoppgaver som viktige i kjernevirksomheten. Disse

inkluderer blant annet juridisk virksomhet, rådgivning, klarering av låter, verksregistrering, arbeid med printrettigheter, synkronisering og oppgaver knyttet til A&R og talentutvikling. Oppgavene har til felles at de tar utgangspunkt i forvaltning av musikkrettigheter, som de på variert vis forsøker å skape inntekter og økonomisk merverdi ut fra. Dette gjøres ved å sørge for at eksisterende musikk i kataloger forvaltet av musikkforlaget blir brukt i ulike sammenhenger, sirkulert, framført og ikke minst betalt for. Noen forlag jobber også direkte med skapende musikere, komponister og artister, og en viktig del av arbeidet er da å tilrettelegge for at ny musikk blir skapt og siden sirkulert.

Også i undersøkelsens utvalg av musikkforlag kommer fleksibiliteten som kjennetegner mange av virksomhetene i dagens musikkbransje til syne. På tross av å være en mindre etablert bransjeaktør sammenlignet med plateselskap her i landet, er det både stor variasjon og mye mangfold i hva det vil si å være et musikkforlag i Norge i dag. Flere hevder å tilby *alle* forlagsoppgaver som del av i sin kjernevirksomhet (se Hagen et al., 2020, s. 37). Mere om musikkforlag og de ulike mulighetene for å jobbe med utgangspunkt i musikkrettigheter kommer i bokas femte kapittel. Her presenterer vi også resultater som omtaler musikkforlagenes rolle og status i Norge, i møte med den øvrige musikkbransjen.