

## KAPITTEL 7

# Digital ambivalens etter covid-19

Da norske musikere og bransjeaktører besvarte denne undersøkelsen vinteren 2019, var de lykkelig uvitende om at de et år senere skulle bli rammet av en verdensomspennende pandemi. At tilhørende smittevernstiltak brått skulle sette den internasjonale musikk- og kulturbransjen på pause i langt over ett år, var også umulig å forutse. Mobilitet på tvers av landegrenser, som kjent en avgjørende del av internasjonalisering, satte pandemien en effektiv stopper for. Men den digitale distribusjonen av musikk var mer motstandsdyktig mot virus. Slik sett skulle covid-19-pandemien bli en slags test på hvor digitalisert den norske, men internasjonalt orienterte musikkbransjen var i 2020.

Regjeringen innførte de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid, slik statsminister Erna Solberg formulerte det i sin tale til det norske folk 12. mars 2020. I Norge ble alle smittevernstiltakene som rammet kulturlivet opphevet helt først i september 2021. I skrivende stund, kort tid etter denne gjenåpningen, er det likevel usikkert hvor lang tid det tar før samfunnet og kulturlivet vender tilbake, eller finner en form som vil være den nye normalen etter pandemien. I bokas siste kapittel tar vi derfor utgangspunkt i året 2020, som musikkbransjen har tilbakelagt i en unntakstilstand, og ser dette som en test på hvordan musikklivet har klart seg i en bortimot rendyrket digital virkelighet. Kanskje kan erfaringene også si noe om hvorvidt den digitale ambivalensen som kjennetegner musikkbransjen pre-korona, vil prege årene framover?

Musikere, artister og andre bransjeaktører var kanskje den gruppa som heiv seg raskest rundt etter statsminister Solbergs dramatiske tale. Det sies ofte at kriser trigger innovasjon og kreativitet, noe som definitivt kan sies å gjelde for de første dagene etter nedstengingen. I løpet av de to første dagene etter 12. mars 2020 ble det opprettet flere nye kanaler for digitale strømmekonserten i sosiale medier. I løpet av den neste uka ble nesten 50 konserten strømmet via ulike plattformer (Hylland, 2021). Antallet følgere

i de samme plattformene nærmet seg raskt 100 000. Både musikerne, og ikke minst publikum, mobiliserte til dugnad, og pengene satt løst når artistene ba om donasjoner og utforsket nye former for billettsalg.

Strømmekonsertene ga mange fine spilleopplevelser og god læring for mange av bransjeaktørene som testet ut live-strømming som et nytt formidlingsformat. Ikke minst var det supert for publikum, i en nedstengt hverdag, å kunne sitte hjemme og se konserter og musikk som de ellers hadde måttet reise for å oppleve. En undersøkelse gjennomført i april 2020 på oppdrag av Musikkindustriens næringsråd (MIR), kort tid etter pandemien brøt ut, viste en økning i antallet artister, musikere, plateselskap, konsertarrangører og andre bransjeaktører som hadde testet ut live-strømming som format i krisens første uker. Sammenlignet med omtrent 30 prosent i vår undersøkelse fra 2019, som svarte at live-strømming var viktig, fant Gran et al. (2020) at 44 prosent av artister, komponister, plateselskap, management og lignende med enkeltpersonforetak hadde deltatt i live-strømming i perioden etter 12. mars. Det samme gjaldt en tredjedel av bransjeaktører i større selskaper. Også Spilker et al. (2021) intervjuet artister og bransjeaktører om strømmekonsserter sommeren og høsten 2020. De konkluderte med at slike konserter neppe ville føre til store endringer i bransjen etter pandemien, men at strømmekonsertene hadde bidratt til både kunstnerisk nyskapning og utprøving av nye digitale formidlingsmåter og betalingsmåter under pandemien. Artistene opplevde imidlertid konsertene og den manglende publikumskontakten som kunstnerisk begrensende. Betalingsviljen var også svært begrenset og entusiasmen knyttet til live-strømming sank raskt. Dette bekreftes også i undersøkelsen til Gran et al. (2020). Oppmerksomheten i både tradisjonelle og sosiale medier var stor i begynnelsen, og mange lovpriste det nye formatet for utstrekningen det ga, publikum man kunne nå og inntektene det kunne gi. Men utfordringene trosset snart mulighetene. De teknologiske løsningene for både konsertproduksjon og publikumsbetaling var for dårlig utviklet, og i en prematur fase. Omtalen av de digitale «koronakonsertene» som unike og kjærkomne mistet etter hvert sin glans, og ikke minst nyhetens interesse, også for store deler av publikum. Profesjonelle aktører i musikkbransjen som svarte på undersøkelsen til Gran et al. (2020) forteller at de erfarte tydelig dalende betalingsvilje hos

publikum fra mars til slutten av april. De registrerte også økt konkurranse i antall konserter og tilbud, og en følelse festet seg av at det digitale markedet raskt var mettet, nå også for live-musikk. I realiteten kompenserte derfor de live-strømmede konserter i svært liten grad for det økonomiske bortfallet av avlyste konserter og turneer (Gran et al., 2020).

Kreativiteten og engasjementet knyttet til strømmekonserter i den norske nedstengingens tidligste fase, vil nok likevel bli husket også etter pandemien. Forhåpentligvis kan bransjen også nyte godt av noe av innovasjonen som fant sted våren 2020. I en undersøkelse utført av Norsk publikumsutvikling (NPU) i samarbeid med Kulturrådet og Norsk filminstitutt i mai 2021, svarte omtrent 1 av 10 publikummere at digitale kulturtilbud vil spille en betydelig rolle for dem også etter pandemien (Bekeng-Flemmen, 2021). Dette er riktignok et utvalg sammensatt av allerede dedikerte kulturgjengere fra 41 norske kulturtilbydere, men tallet indikerer at det kan være et marked i å videreføre digitale tilbud som et supplement til fysiske arrangement, eller et tilleggsprodukt til et nisjemarked, også etter pandemien.

For mange musikere var muligheten til å formidle live musikk digitalt, et lite lyspunkt i et ellers beksvart år. En rekke undersøkelser, både nasjonalt og internasjonalt, viser et overordnet bilde av en bransje med store inntektstap da grunnlaget falt bort for musikkfeltets desidert viktigste inntektsstrøm – konsertene (Berge et al., 2021). I Norge har beregninger vist et inntektsbortfall på 50 prosent (Grünfeldt et al., 2020). I utredningen *Myndighetenes håndtering av koronapandemien* (NOU 2021: 6) framheves det at i et næringsperspektiv, var bare reiseliv hardere rammet enn kulturfeltet.

På tross av digitale muligheter til ny formidling, har kanskje den viktigste lærdommen fra pandemien vært hvor stor betydning konserter har for musikkbransjen, også i en plattformsentrert musikkbransje. Dette kommer også fram i vår undersøkelse.

## Live-markedets betydning

I studien som denne boka bygger på, gjennomført et drøyt år før covid-19-pandemien, vurderer et stort flertall av musikkbransjeaktørene at livearenaene er svært viktige for deres profesjonelle arbeid med musikk. Disse arenaene er ikke bare avgjørende for musikernes inntekter og for å

holde kontakten med publikum, men også svært viktig for å bygge og opprettholde nettverk og skaffe samarbeidspartnere. Live-markedet er dermed også viktig for internasjonalisering. Blant de som svarte på undersøkelsen sa to av tre seg enig i at livemarkedet og festivaler er de viktigste møtestedene for internasjonal kontakt og utveksling. Blant utøvere og skapere anser hele 70 prosent livemarkedet som et viktig møtested, og det samme gjelder for over halvparten (54 %) av mellomleddaktørene. Andelen som mener konsertscener og festivaler er de viktigste arenaene for internasjonal kontakt ser ut til å være relativt lik i de ulike sjangerne, med en marginal større andel blant musikere innen jazz, folkemusikk og verdensmusikk (72 %) (se Hagen et al., 2020, s. 132).

Verdien av etablerte kontakter bygget opp over tid gjennom fysisk tilstedeværelse på konserter og festivaler, understrekes når artister, komponister og andre som har deltatt i studien utdyper sine egne holdninger i åpne svar. For eksempel uttaler en komponist og musiker med 25 års internasjonal erfaring at avtalene som ligger til grunn for hans aktivitet i stor grad er basert på et kontaktnett av arrangører han har utviklet over mange år. En eldre manager i 70-årene gir tilsvarende uttrykk for at personlig opparbeidede kontakter og tillit til andre arrangører og aktører er essensielt for å lykkes internasjonalt. Fysiske møtesteder der profesjonelle bransjeaktører fra ulike deler av verden møtes, som for eksempel by:Larm, Vill Vill Vest, Trondheim Calling, Riddu Riddu, Ultima og Øya International, samt utveksling og aktiviteter, seminarer, kurs og workshops i regi av interesseorganisasjoner, blir også løftet fram som viktig (Hagen et al., 2020, s. 132).

Selv om denne boka ikke først og fremst vektlegger utviklingsforholdene for live-musikken i Norge, er innsikten sentral. Behovet for fysiske møtesteder er fortsatt stort og kan ikke erstattes av de digitale nettverksmulighetene. Musikkens kraft i levende framføring er sterk, og erfaringene fra covid-19-pandemien har vist oss at levende framføring ikke kan erstattes av digitale alternativ (se f.eks. Hylland, 2021; Spilker et al., 2021). På tross av alle mulige digitale nettverksmuligheter for kommunikasjon og utveksling, er det gjennom menneskemøter at grunnlaget for nye prosjekter og avtaler ofte etableres. Konserter, festivaler, bransjetreff og *show-case*-festivaler er normalt sett også viktige arenaer for å møte både nytt og etablert publikum. Det er derfor naturlig at utøvere og skapere

verdsetter de fysiske møtestedene for musikk i enda større grad enn mellomleddene. Savnet etter publikum i de digitale strømmekonsertene under pandemien var påfallende, der møter mellom musiker, tilhører, musikk og den sosiale konteksten skjedde uten fysisk tilstedeværelse i samme rom. De digitale konsertoverføringene skaper andre typer opplevelser, og understreker samtidig de fysiske møtene som en vesentlig del av kunstneriske kjernen i musikkens praksiser, der publikums rolle anerkjennes langt ut over de økonomiske betydningene av billettsalg.

Med de digitale og live-strømmende konsertoverføringene har også kampen om digital synlighet og publikums oppmerksomhet blitt ytterligere forsterket. Dette er et forhold vi har omtalt i denne boka som allerede presset på grunn av digitaliseringen. Når all musikkformidling, inkludert den som ellers hadde vært framført levende, formidles digitalt, bare et sveip unna andre flater med konkurrerende innhold, understreker dette sårbarheten og uforutsigbarheten i en plattformsentrert musikkbransje. Selv om bransjeaktørene anerkjenner at nettverksmulighetene kan gi nye lyttere og seere i et globalt publikum, er økt tilkoblingsgrad (Wikström, 2013) realiteten for alle, med skjerpet press på oppmerksomhetsøkonomien (Goldhaber, 1997) som en konsekvens.

Konkurransen i musikkfeltet og presset på bransjeaktørene ble altså forsterket av digitaliseringen, og ytterligere forsterket av koronakrisen. Denne utviklingen vil trolig bare fortsette så lenge stadig mer innhold, også det som ikke er musikk, skal gjøres tilgjengelig for publikum via digitale plattformer. Interessant nok har flere forhold som musikkbransjen har møtt i koronakrisen, re-aktualisert problemstillinger vi kan kjenne igjen fra strømmetjenestenes spede start. Helt konkret minner dagens spørsmål om fordelingsmodeller, forretningsmodeller, nye økonomiske realiteter, teknologiske løsninger, distribusjonspotensiale, profesjonalisering, gratis distribusjon og betalingsvilje om erfaringene fra da platesalget falt bort på begynnelsen av 2000-tallet. Utprøvingen av koronakonsertene kan kanskje minne om famlingen i musikkfeltet da strømmetjenestene kom til Norge. Bransjen skapte og innoverte, kastet seg på og deltok, uten at helgode betalingsløsninger og teknologiske produksjons- og distribusjonsforhold var ferdig utviklet eller forhandlet fram. Noen posisjonerte seg godt på prøvingen av digitale satsinger, men store deler av feltet var satt tilbake

og følte at innholdet de eide og levde av å formidle, nå måtte tilpasses nye premissleverandører. Der noen klarte å profitere på krisen, satt andre aktører overlatt til seg selv i møte med en ny bransjevirkelighet.

Sagt på en annen måte viser koronapandemien oss, nok en gang, at strømmeøkonomien og den plattformsentrerte musikkbransjen fortsatt ikke er bærekraftig for flertallet av musikkbransjeaktørene. Det var den heller ikke før 12. mars 2020, og få klarte seg uten supplerende inntektsstrømmer. Som eksempel på begrepet om lappetteppeøkonomi kom inntektsstrømmene fra konserter og live, salg av merchandise og fysiske formater, diverse aktiviteter i sosiale medier, synkronisering, royalty- og vederlagsutbetalinger, og ellers mangfoldig aktivitet i internasjonale markeder, og dessuten penger og tilskudd fra en rekke støtteordninger, og for mange også deltidsjobber, musikkrelaterte eller ei. Og om noen trodde det: Strømmeøkonomien er så definitivt heller ikke uavhengig og bærekraftig etter 12. mars 2020, hvor musikkbransjen i pandemiperioden har erfart en enorm nedgang i live-økonomien og i musikerinntektene generelt (Grünfeld et al., 2020; Mulligan, 2020), på toppen av en ellers ambivalent bransjevirkelighet.

Likevel har krisestemningen medvirket til flere viktige erkjennelser som kanskje kan ha positive ringvirkninger på sikt. Den har vist at norsk musikkbransje har et stort ønske og en sterk vilje til å satse på nye muligheter. I denne krisen har også bransjen i Norge vist god evne til å stå opp for seg selv. Betydningen av gode bransjeorganisasjoner, som Norske Konsertarrangører, Creo, GramArt, NOPA og andre som har talt på vegne av ulike bransjebehov og -interesser, har dessuten vist seg stor.

Disse organisasjonene har bidratt til å synliggjøre og øke bevisstheten om verdiene som ligger i musikk for en større norsk offentlighet, både de økonomiske realitetene av å være profesjonell og den symbolske verdien musikk har for mennesker. En synliggjøring av profesjonaliteten i musikkfeltet er dermed også blitt løftet fram, og viktigheten av å opprettholde og anerkjenne fagkompetanse. I samme omtale har vi også hørt om hvor sårbar nettopp fagkompetansen i feltet er, og om frykten for at sentrale fagpersoner ikke lenger finnes i det norske markedet etter pandemien, fordi folk har fått seg andre jobber. Hvordan dette faktisk vil slå ut i musikkfeltet på sikt vil tiden vise, og man trenger mer

kunnskapsinnhenting om de langsiktige konsekvensene av pandemien i årene framover. Pandemien kan imidlertid sies å ha rettet oppmerksomheten mot viktigheten av å ta vare på og anerkjenne fagkompetansen som allerede finnes i feltet og i hjemmemarkedet. Og ikke minst har krisen synliggjort behovet for å videreutvikle denne kompetansen for en framtidig styrking og utvikling av norsk musikkbransje, i forlengelsen av kompetanse- og profesjonaliseringsbehovene som lå der fra før av, i lys av resultatene vi har presentert i boka.

Sist, men ikke minst, bekrefter koronakrisen at musikkbransjens aktører er omstillingsdyktige. Det har de alltid vært, og det vil de alltid også være. Omstillingsdyktighet ligger i skapende virksomheters DNA. Viljen til å utforske, teste, satse, prøve og feile, er et helt grunnleggende premis for aktører i en bransje som lever av å skape og formidle kunstnerisk innhold. Endring i den til enhver tid gjeldende mediesituasjonen har dessuten alltid vært en påtvunget, men også fruktbar drivkraft for utviklingen i musikkfeltet. Det understreket Katz med begrepet om fonografeffekten (2010), og det har vi forsøkt å synliggjøre i undersøkelsen av den plattformsentrettede musikkbransjen, og den digitale utviklingens betydning for bransjeaktører i Norge.

Med dette sagt, viser kanskje vår studie at norsk musikkbransje faktisk er *mer* omstillingsdyktige i dag enn for ti år siden, i hvert fall når det kommer til digital omstillingsevne. Boka har vist at den digitale virkeligheten gir både muligheter og utfordringer, der veien ut i verden er fylt med både bratte barrierer og vidåpne porter. En viktig forskjell i dag sammenlignet med for 10–20 år siden, er at stort sett *alle* har egne erfaringer med digitale medier, selv om de er ambivalente. Dette kan ha gitt viktige innsikter og erfaringer til nytte i videre omstilling i musikkfeltet, og er trolig et styrket utgangspunkt sammenlignet med da norsk musikkbransje var digitale prøvekaniner i et globalt verdensmarked, for om lag ti år siden.

## Kulturpolitikkenes betydning

Samtidig som krise og omveltninger kan virke som drivkraft for utvikling, kan endringer også innebære økt behov for hjelp. Både nasjonale og internasjonale studier har dokumentert at ulike sektorer har vært

påvirket ulikt av pandemien, og at enkelte undersektorer faktisk kan ha profittert på pandemien. De store plattformleverandørene Netflix, Spotify og Amazon har eksempelvis opplevd en markant verdiøkning det siste året, og slik sett profittert på økt etterspørsel etter strømmetjenester. Men sett under ett er kultursektoren, og særlig musikksektoren, blant de hardest rammede bransjene, med store inntektstap (OECD, 2020), også i Norge (Bekeng-Flemmen, 2021; Grünfeld et al., 2020; NOU 2021: 6).

I denne utfordrende bransjerealiteten kan det, tross alt, hende det er godt å være norsk. I hvert fall tyder våre funn på at musikkbransjens aktører i stor grad vender seg mot det offentlige når situasjonene blir vanskelige og eksportambisjonene ikke strekker til, både i krisetilstand og under mer normale forhold. For mange er mulighetene til å kunne søke om tilskudd og midler en selvsagt del av å jobbe med musikk i Norge. Selv om ikke alle får alt de søker om, viser studien en holdning til offentlige tilskuddsordninger nærmest som en nødvendighet, også før pandemien. Dersom eksportaktivitet skal kunne realiseres, må oppstartsmidler til. Tilsvarende er eksportstøtte en forutsetning dersom utlandet skal forbli et videre satsingsområde.

Oppslutningen om offentlige støtteordninger må ses i forhold til den kulturpolitiske tradisjonen og etablerte praksisen som preger Norge, så vel som de andre nordiske landene. Norske kulturpolitiske og velferdspolitiske målsettinger er tydelig til stede i bransjeaktørenes bevissthet. Forventningene om gode tilskuddsordninger, som i tråd med kulturpolitiske mål skal muliggjøre mangfold, kvalitet og bredde i norsk kunst og kultur, speiles i bransjeaktørenes holdninger til det offentlige. Muligheter for støtte og et økonomisk sikkerhetsnett ses på som verdifullt og viktig. Det skaper unike utgangspunkt for kunstneriske aktiviteter og produksjon av innhold som ellers ikke hadde sett dagens lys eller overlevd i et rent kommersielt og plattformsentrert marked.

Der våre funn i denne boka belyser musikere og andre bransjeaktørers syn på offentlige tilskuddsordninger, kan den kulturpolitiske håndteringen av pandemien også forstås i lys av den norske kulturpolitiske tradisjonen. I en forskningsrapport om pandemiens effekter på kultursektoren i de nordiske landene, viser Berge et al. (2021) at ekstratilskudd og ordninger rettet mot kultursektoren er skapt innenfor rammen av den



mer generelle nordiske kulturpolitiske modellen. Pandemien har ifølge forfatterne også bidratt til å synliggjøre kulturpolitikens betydning.

For en rekke musikere medførte eksisterende kulturpolitiske ordninger at frafallet av markedsinntekter ikke endte i en fullstendig inntektsstopp. Det medførte også at store deler av infrastrukturen rundt musikkbransjen besto. I tillegg ble mange av dem som var mest avhengige av markedsinntekter reddet av særskilte kompensasjonsordninger. Til sammen har slike støtteordninger utgjort nærmere 5 milliarder kroner, der godt over halvparten har gått til kompensasjonsordningen for kulturarrangementer, herunder konserter og festivaler. I tillegg til tiltakene som er direkte rettet mot kultursektoren, er det også innført en rekke generelle nærings- og arbeidspolitiske tiltak som også kultursektoren har hatt nytte av. Tiltakene har slik kommet i form av både direkte støtte (tilskudd, kompensasjon for inntektsbortfall, lån eller lånegarantier), som arbeidsmarkeds- og permitteringstiltak og som administrativ fleksibilitet og utsettelse eller fjerning av økonomiske forpliktelser. Støtten har vært rettet mot både enkeltkunstnere, institusjoner og aktører i mellomledds- og støttefunksjoner (Berge et al., 2021).

Støttetiltakene har med andre ord vært relativt omfattende og relativt treffsikre, og ifølge Berge et al. (2021) er det tiltakene rettet mot musikk- og scenekunstsektoren som har hatt best effekt. Samtidig viser både denne nordiske rapporten og andre internasjonale rapporter at tiltakene ikke har vært godt nok tilpasset arbeids- og inntektsforholdene i kultursektoren. Særlig har det vært et problem at små aktører ikke har blitt fanget godt nok opp. Ifølge Grünfeld et al. (2020) har 34 prosent av de individuelle musikerne og andre selvstendige som jobber i musikksektoren, ikke benyttet noen offentlige tiltak i perioden fra 12. mars til høsten 2020. Dette må blant annet ses i sammenheng med mange kulturbransjers særegne strukturer for produksjon, preget av mangesysleri og mange ulike og ofte små inntektskilder og hard konkurranse, kombinert med en sterk motivasjon for arbeidet (Heian et al., 2015; Menger, 2006; Throsby, 1994). Det kan også tenkes at små aktører har mindre kjennskap til ordningene, lavere søkerkompetanse og mindre kapasitet til å skrive søknader.

I juni 2021 ble det lansert en foreløpig kartlegging av de to største kriseordningene rettet mot kulturområdet, kompensasjonsordningen for

arrangører og underleverandører i kultursektoren og stimuleringsordningen for kulturlivet.

Her kom det fram at svært mange mottakere har fått små beløp, mens en forholdsvis liten andel mottakere har fått relativt store beløp i begge ordningene (Bekeng-Flemmen, 2021, s. 7). Dette stod i samsvar med innretningen på ordningene som var utformet slik at en aktør med store tap også skal kunne motta store utbetalinger i kompensasjon eller stimulering, mens aktører med mindre tap ville motta mindre beløp. Ifølge rapporten var musikk det kulturområdet med flest virksomheter som mottok støtte. Rapporten pekte også på at nesten en tredjedel av virksomhetene som mottok støtte gjennom ordningene, var enkeltpersonforetak. Disse ble tildelt 6 prosent av midlene i kompensasjonsordningen og 5 prosent av midlene i stimuleringsordningen. Dette resultatet antyder at ordningene relativt sett tildelte mindre summer til skapere og utøvere, oftere organisert som enkeltpersonforetak, sammenlignet med mellomleddsaktører, organisert som aksjeselskap o.l. (Bekeng-Flemmen, 2021, s. 8).

I løpet av pandemien har de offentlige tildelingene blitt debattert i media og av ulike interesseorganisasjoner, blant annet med kritikk mot at flere større event- og underholdningsbransjeaktører, som normalt ikke har vært omfattet av kulturpolitiske ordninger, søkte om store beløper og fikk tildelinger. Det store presset på både aktørene og systemene under pandemien, har videre gitt utslag i synlig kritikk mot offentlige institusjoner som har ansvar for å formidle og forvalte norsk kultur. For eksempel kritiserte interesseorganisasjonen for komponister og tekstforfattere, NOPA, Kulturrådets ordninger for å være for snevre, skjevfordelte og konservative (Antonsen, 2020). Og i et opprop fra rundt 20 bransjeorganisasjoner, ble NRK på sin side kritisert for å ikke ta allmennkringkasteroppdraget for musikk på alvor (Karlstrøm, 2021). Kritikken var ikke direkte relatert til forhold som gjaldt pandemien, men kan likevel forstås som eksempler på hvordan krisen understreker opplevelse av ulikhet og urettferdighet, og skjerper forventningene til de offentlige og statsstøttede institusjonene.

I norsk offentlighet har krisen bidratt til at både nye og etablerte stemmer i norsk kulturliv har tatt ordet med ny kraft. Diskusjonen omkring de offentlige tildelingene har dessuten synliggjort utfordringene med en nasjonal kulturpolitikk i en internasjonal bransje. Flere arrangører

som har mottatt betydelige kompensasjonsmidler, er eid av store utenlandske selskaper som sitter igjen med store overskudd. Samtidig har Kulturdepartementet blitt kritisert for hvordan norske konsert- og turneavlysninger utenfor landegrensa ikke har blitt kompensert under samme ordninger som avlysninger av norske konserter i hjemmemarkedet. I en samtid der det globale markedet er både en forutsetning og ambisjon for norsk musikkliv, er denne kritikken svært forståelig.

Et tydelig funn i vår undersøkelse er at det er behov for mer spesialisert kompetanse og profesjonalisering hos mange bransjeaktører. Gitt deltaernes enighet om at tilskuddsordninger er viktig for å sikre kunst som ellers ikke overlever i kommersiell konkurranse, er det kanskje en brannfakkel å spørre hva de mange offentlige tilskuddsordningene gjør med bransjens risikovilje, innovasjonsevne og profesjonalitet. Mer presist, gir forventningene om offentlig støtte et såpass behagelig utgangspunkt for å drive med musikk, at den tilstrekkelige utviklingen av et spisset, konkurransedyktig og kompetent bransjefelt utelir i tilpasningen mot globalisering og digitalisering?

I lys av pandemien er dette spørsmålet kanskje litt urettferdig å stille, siden krisen har rammet nettopp musikkfeltet svært hardt. I vår undersøkelse fra før pandemien har likevel 25 prosent sagt seg helt eller delvis enige i at tilskuddsordninger hemmer naturlig konkurranseutvikling i musikkbransjen. Siden flertallet likevel mener det motsatte, er et annet og kanskje vel så interessant spørsmål hvordan de offentlige midlene fordeles, og hva dette bidrar til. Bør tilskudd prioriteres skarpere eller fordeles flatere? Bør midlene i mindre grad fremme konkrete utenlandsreiser og internasjonale prosjekter? Bør virkemidlene i større grad rettes mot å utvikle eksportkompetanse, nisjekunnskap, forståelse for bransjedynamikker og annet? Bør kulturpolitikken i større grad ta sikte på å gjøre mellomledd, utøvere og skapere bedre rustet til å forvalte musikk profesjonelt og på en mer bærekraftig og slagkraftig måte, fra virksomheter sentrert i Norge? Eller er det til hinder for tankesettet omkring kunsten og musikkens egenverdi, om flere også klarer å utnytte den plattformsentrerte markedssituasjonen til inntekt for større næringsverdi?

Dette er store spørsmål som fortjener prinsipiell diskusjon og som det må forskes videre på i framtiden. Deler av virkemiddelapparatet, blant

annet i Kulturrådet, Music Norway og Innovasjon Norge, fokuserer allerede på utvikling av bransjekompetanse og næringsutvikling som del av arbeidet sitt. Det er uansett stort behov for å forstå mer om hvordan fordelingene av tilskuddsmidler kan bidra til at den digitale ambivalensen reduseres og bransjeaktørene styrkes. Slik kan også norsk musikk nå enda bedre ut i dagens plattformsentrerte og globale musikkbransje.

## Kompetansens betydning

Det er mye som tyder på at normalsituasjonen for den norske musikkbransjen, preget av digital ambivalens og store forventninger til offentlig støtte, har blitt forsterket av koronasituasjonen. Den digitale ambivalensen må også forstås på bakgrunn av kompleksiteten og variasjonen som finnes i de internasjonale markedene som norske bransjeaktører strekker seg mot. Markedene i utlandet er for eksempel ikke er like entydig digitale som i Norge. Våre funn tyder på at aktører som jobber internasjonalt må forholde seg til flere formater og medieuttrykk parallelt, samt ivareta økonomiske og opphavsrettslige forhold knyttet til disse. For de som har aktive karrierer i flere markeder, er mediefloraen kompleks. De må ivareta digital distribusjon både i Norge og internasjonalt, samt sørge for en rekke andre medieforhold i de respektive markedene. Å jobbe for å få radiospillinger og trykke opp fysiske formater, erfares som nesten like viktig som å havne på riktige spillelister og være synlige i sosiale medier. Internasjonalt varieres og kombineres distribusjonen mellom fysiske og digitale, tradisjonelle og nye medier, slik at musikken både kan synes og høres, strømmes og kjøpes, i både innspilt og levende form.

En slik mediekompleksitet koster tid, kunnskap og penger både å legge til rette for og investere i. I vår studie er dette bare ett av flere forhold som understreker en kobling mellom digitalisering og behov for økt profesjonalisering. Alt tyder på at spesialisert kompetanse innen en rekke felt trengs mer enn noen gang i en plattformsentrert og global musikkbransje. Dette er særlig knyttet til hvordan musikkvirksomhetene tilrettelegges, administreres, forvaltes, forhandles, planlegges og organiseres. Vi ser samtidig gjennomgående i boka at mange av utøverne/skaperne, og noen av mellomleddene, i (for) liten grad har nok av slik profesjonalisert kompetanse, og til og med at mange akter å gjøre det meste selv.

I enkelte av tilfellene kan den manglende profesjonaliseringen se ut til å henge sammen med at evnen til leseferdighet eller omsetningsevne i møte med plattformtjenestene, delvis er strukturelt utfordret. I Livingstones ferdighetsbaserte tilnærming til *media literacy*, er brukerens *tilgang* på informasjon i møte med nye medier, og videre brukerens evne til å *analysere* og *evaluere* informasjonen, samt *framstille* innhold basert på den, fire grunnkomponenter (2004, s. 5). Hvis ikke disse komponentene ligger til grunn for medieutnyttelsen, er også profesjonalisert virksomhet vanskeligere å oppnå, og det er tydelig at store, etablerte og kommersielle virksomheter har bedre forutsetninger for omsetningsevne i sin bruk av digitale medier i dagens globale bransje.

Fordi behovet for spesialisert kompetanse har økt, blir internasjonalt rettet arbeid mer utslagsgivende når skapere, utøvere og mellomledd arbeider i team. Mellomleddene bidrar til kontakt, etablering og representasjon i flere markeder. De har mer kunnskap og erfaring om bransjen generelt, om spesielle nisjefelt og om overordnede tema som økonomi og opphavsrett. Mellomleddenes kompetanse gir dermed grobunn for å legge planer og samarbeid med mer utstrakte ambisjoner. Totalt sett utgjør mellomleddenes kompetanse og kjerneoppgaver helt sentrale forutsetninger for at merverdi og inntjening kan skapes, like mye på vegne av seg selv som på vegne av de skapende og utøvende musikerne i Norge.

En viktig oppfordring til bransjen og de som utformer politikken på dette området kommer derfor her: Dersom norsk musikkbransje og kulturpolitikk ønsker en videre satsing på musikk eksport, kreves det også aktiv utvikling og investering i flere internasjonalt rettede bransjeledd. Disse må ha kjennskap til både norske og internasjonale forhold, ha inngående praksis med og kunnskap om digitale plattformer, ha tilgang til globale nettverk og internasjonale bransjekontakter, og ellers ha kompetanse til å ivareta det som trengs i hvert enkelt forhold. Med styrket kompetanse i eksportrettede norske mellomledd vil dette kunne bidra til at verdifulle erfaringer skapes «hjemmefra». Det vil bidra til at kjernekompetanse blir etablert og styrket i hjemmemarkedet, og slik vil også mer penger komme tilbake til den norske musikknæringen. Antallet arbeidsoppgaver og kompetansefelt som skal dekkes er stort, og dette gjør variasjonsmulighetene mange. Spesialisering innen en rekke nisjefelt er mulig.

Også utvikling av bransjestøtte som har til mål å sikre at selvhjulpne musikere og artister, og at små, uavhengige virksomheter har det profesjonelle grunnlaget de trenger for å lykkes i en gjør-det-selv-praksis, er verdt å satse på, inkludert utvikling av nettverk, verktøy og kompetanse.

Det koronakrisen synliggjorde, og som trolig flere har fått økt bevissthet om i løpet av pandemien, er at musikkbransjens næringskjede er sammensatt av mange gjensidig avhengige aktører. Disse fungerer med og mot hverandre i ulike roller og funksjoner. En konsertavlysning eller internasjonal turnékansellering rammer derfor ikke bare arrangører og artister, men også management, bookingselskap, plateselskap, promoaktører, teknikere, tekstforfattere, komponister, låtskrivere og flere. På tilsvarende måte foregår heller ikke profesjonell distribusjon og eksport av innspilt musikk uten involvering fra flere bransjeaktører og kunnskapsfelt. Dette har vi gitt belegg for gjennomgående i boka, spesielt med vekt på behovene som trengs når musikken skal ferdes internasjonalt.

## Myten om digitalisering og demokratisering

Samtidig som behovet for mer profesjonalisert kompetanse er reelt, utelukker ikke dette at enkeltaktører kan komme et godt stykke ut i verden med norsk musikk på egen hånd. Til dette har digitaliseringen bidratt med mange muligheter for hvordan karriereveier tar form. Nye produksjons- og distribusjonsmedier legger til rette for fleksibilitet, smidighet og effektivitet i skapende prosesser, formidling og forvaltning, slik boka viser mange eksempler på. Det er flere sider ved en profesjonell musikkvirksomhet som kan igangsettes og administreres selv, i hvert fall sammenlignet med hvordan det var i den pre-digitale musikkbransjen. Nye medier skaper slik nye muligheter til å lykkes mer uavhengig av tradisjonelle maktstrukturer og portvoktere. Dette kan bidra til mer mangfold og variasjon i musikkbransjen og musikklivet, både når det gjelder uttrykksformer og praksiser.

En slik tankegang ligger gjerne til grunn når man snakker om at digitalisering har medført mer *demokratisering* av musikkbransjen. Demokratisering er da et uttrykk for prinsippet om likere muligheter for medvirkning og deltagelse fra alle, skapt av en ny mediesituasjon. I en profesjonell kontekst er det likevel vesentlig at kravet til kvalitet,

profesjonalitet og spesialisering blir opprettholdt, selv om arbeidsoppgavene skal gjøres mer på egen hånd av små og uavhengige musikere, komponister og selskap. Hvis ikke blir det demokratiske utgangspunktet for å konkurrere internasjonalt en hemsko for opprettholdelsen av et profesjonalisert kompetansefelt. En slik situasjon vil gjøre konkurransen lite bærekraftig og svekke mulighetene for å lykkes, med større kostnader i sluttsumspillet enn gevinster å ta med hjem.

I dette argumentet kommer et viktig paradoks til syne. I et felt som allerede er uhyre komplisert, kjennetegnes samtidig utviklingen av at flere aktører tar sikte på å gjøre flere deler av virksomheten selv (Eidsvold-Tøien et al., 2019), slik vi også viste i kapittel 2. Når musikken flyter over landegrenser og spres i plattformtjenester, er dette forhold som bidrar til at kompleksiteten øker. Det samme skjer når forretningsførsel, forhandling og avtaleverk skal manifesteres i møte med nye globale aktører. Et vell av nye retningslinjer og regelverk ligger til grunn når både formelle og uformelle relasjoner skal etableres og pleies profesjonelt. Med dette følger også behovet for ny bransjekompetanse. Den allerede sterke koblingen mellom digitalisering og globalisering som vi tydeliggjør i boka, kombinert med en idé om digitalisering og demokratisering, kan føre med seg urealistiske forventninger blant mange artister og musikere. I prinsippet er det mulig for hvem som helst i dagens musikkbransje, å på egen hånd skape musikk som kan distribueres i plattformer som strekker seg ut globalt. Sann sett er prinsippet om demokratisering kanskje forsterket. Ifølge den franske kultursosiologen Pierre Michel Menger har samtidig mange kunstnere det til felles at de tenderer til å overvurdere egne muligheter (2006). Selv om de vet at sjansen til å slå gjennom internasjonalt er marginal, er de likevel tilbøyelige til å tro at nettopp de er blant de få som kommer til å gjøre det. Menger kaller dette «a probabilistic miscalculation». Kanskje er det nettopp i dette spenningsfeltet at de ambivalente forholdene melder seg?

I møte med digitaliseringen, der internasjonale storaktører i økende grad får dominere og skape forutsetningene bransjen fungerer under, vil småaktører i skjæringspunktet mellom kultur og næring tilsynelatende være mest utfordret. Vi kan jo spekulere i hva organiseringen av musikkbransjen bidrar til i denne sammenhengen. Bidrar et stort antall selvlærte

proffer i enkeltpersonsforetak og små selskaper, som alle kan litt om mye, framfor mye om litt, til at mange lykkes delvis, men ikke helt? Er dette kanskje også en medvirkende faktor til at mange uavhengige artister og små bransjeaktører synes dagens musikkbransje er mest utfordrende, slik vi poengterte i kapittel 5? Er dette en grunn til at suksesshistoriene på vegne av de minste gjerne forblir mange og små, mens de største og få fanges opp av internasjonale selskaper?

Selv om digitaliseringen av musikkbransjen i *prinsippet* har gjort det mulig for hvem som helst å slå gjennom i dagens musikkbransje, tyder våre resultater på at ulikheten som preger musikkfeltet vil bestå, også i framtida. Fortsatt vil markedet være preget av superstjerneøkonomien vi beskrev i kapittel 2 og kapittel 6. Og fortsatt bidrar spenningsforholdet mellom tilkoblingsgrad og kontroll til å definere avgjørende forhold i nettverksbasert musikkdistribusjon, med styrkende effekt av plattformsentreringen for de store, og svekkende effekt for de små. De med størst kapasitet i bransjen, både økonomisk og ressursmessig, vil også være best rustet til å skaffe kontroll over egen distribusjon i dagens komplekse felt. I kjølvannet av pandemien har risikoen, ustabiliteten og usikkerheten som særlig preger frilansere dessuten blitt enda mer prekær. Det er dermed grunn til å tro at pandemien forsterker ulikhetene som allerede preger musikkfeltet, med skjev makt- og inntektsfordeling og ulik tilgang til oppdrag, informasjon og arenaer. I dette bildet spiller også skjevfordeling av kompetanse inn. Der spesialiserte samarbeidspartnere kreves for å bli best, vil samtidig ressurser kreves for å tiltrekke seg de beste samarbeidspartnere.

At ambivalensen i den norske musikkbransjen har å gjøre med de nye mediernes makt til å definere og være portvoktere, er derfor noe denne boka bekrefter tydelig, særlig framhevet i kapittel 6. Det er samtidig reelt at fordelingsnøkler og gjennomslagskraft i strømmeøkonomien ikke avhenger av strømmetjenestene alene, men også involverer opphavspersoner, artister, mellomleddaktører og plattformtilbydere, og forholdet mellom disse.

Vi kan derfor si at myten om demokratisering og digitalisering i musikkbransjen utfordres av spenninger i to akser. Den ene akse skapes av forhold mellom etablerte og mindre etablerte bransjeaktører, de unge og gamle, de store og små, de med kommersielle og de med kunstneriske interesser – altså spenninger som alltid har eksistert i musikkbransjen som relasjonelt



felt, med betydning for hvem som opplever størst utfordringer og muligheter og hvem som ikke opplever det. Den andre aksene skapes av spenninger i virkelighetsoppfatninger og bransjelogikker som er nyere i musikkbransjen, slik de i dag utvikles under sterk påvirkning fra dynamikker i et helt annet felt styrt av sterke egeninteresser, nemlig plattformindustrien.

For framtidig kulturpolitisk utforming vil det være behov for kunnskap om hvordan aktørene i musikkbransjen har evne til å håndtere risiko og mobilisere motstandsdyktighet mot ustabilitet og kriser, både i lys av eksisterende spenningsforhold, og de som er kommet med plattformsentreringen. Ifølge Berge et al. (2021) vil også pandemien føre til at kulturproduksjon, kulturkonsum og kulturpolitikk endres på lengre sikt, om enn i begrenset omfang. På det kulturpolitiske området ser rapportforfatterne for seg tydelige endringer både når det gjelder risiko og beredskap, hva som kan legitimeres kulturpolitisk, kulturpolitiske budsjetter og kulturpolitisk samarbeid. Endringer i kulturproduksjon vil innebære nye måter å kombinere digital formidling med andre formidlingsformer, og bidra til at skillet mellom de som fra før bruker digitale verktøy og plattformer og ikke, trolig vil forsterkes. Videre peker Berge et al. på at det vil ta tid før reiser utenlands gjenopprettes, som følgelig kan innebære en viss nasjonalisering av kulturproduksjonen. De peker også på at den synlige økningen i bruk av digitale kulturtilbud – som for eksempel i strømming av musikk – vil holde seg på et høyt nivå.

Slik det er behov for mer kunnskap om koronakrisens langsiktige påvirkninger på musikkfeltet, vil det for framtidig kulturpolitisk utforming også være stort behov for oppdaterte kunnskapsgrunnlag om digitaliserings påvirkning på aktørene i musikkbransjen. I møte med tsunamien av nye bransjelogikker skapt av teknologi- og plattformindustrien, bidrar den digitale virkeligheten til at norske bransjeaktører stadig møter nye utfordringer, og nærmest konstant må kunne mobilisere og manøvrere i ustabilitet og uforutsigbarhet. En slik normalsituasjon for norske kunstnere og musikkbransjeaktører, kan tyde på et stort behov for en tydeligere digitaliseringspolitikk rettet mot kulturfeltet. Den norske kulturpolitiske bevisstheten må ta høyde for hvordan plattformindustrien påvirker styrkeforholdene i det globale musikk- og mediefeltet, og hvordan dette slår ut for norske kunstnere, bransjeaktører og det innholdet de skaper og formidler.

Engasjementet og kreativiteten den norske musikkbransjen viste i vårmånedene 2020, synliggjorde en evne og en vilje til omstillingsdyktighet, innovasjon og samarbeid. Denne kan komme godt med i en bransje som fortsatt vil måtte omstille seg i tiden framover. Ikke bare på grunn av verdensomspennende pandemier, men også fordi fremtiden er full av nye teknologiske løsninger, nye markedsaktører og et stadig mer internasjonalt marked. Samtidig har vi sett at etter hvert som koronakrisen ble mer prekær, særlig for de mange små bransjeaktørene med begrensede økonomiske muskler, begynte hestene å bites. De store, gjerne internasjonale aktørene, klarte seg langt bedre enn de små. Det var de i utgangspunktet best rustet til, og det var derfor heller ikke overraskende at disse evnet å nyttiggjøre seg av tilskuddsordningene i størst grad. Et av hovedfunnene i vår undersøkelse er nettopp derfor at musikkbransjen i Norge til en viss grad lider under et behov for større og mer robust organisering av aktørene. Dagens musikkbransje hemmes av for lite profesjonalisering og detaljert spesialisering. Den svekkes av for lite utnyttelse av verdifull innsikt i digitale data, og har for lite kunnskap om opphavsrett. Den hindres av at bransjeaktører har for liten forståelse om andre bransjeledd, og av at flertallet rett og slett har for svake evner til å forhandle på vegne av egen bedrift og om egne rettigheter. Dette er problemstillinger som til nå har vært mer eller mindre underkommunisert, men som er av avgjørende betydning for hvordan bransjen lykkes.

Bakgrunnen for den digitale ambivalensen er med andre ord sammensatt. Bransjevirkeligheten er preget av uforutsigbarhet og avmakt, plattformavhengighet, liten tillit og for liten kompetanse. Samtidig fortsetter stadig nye muligheter å åpne seg i de nye plattform- og tjenestebaserte mediene som bransjen allerede har omfavnet. For i boka har vi også synliggjort at når mediene brukes strategisk, og potensialet i det digitale handlingsrommet utnyttes godt, styrkes bransjeaktørenes følelse av autonomi, tillit og optimisme knyttet til det å satse internasjonalt. Slike følelser styrkes også når muligheter til å forhandle om musikkrettigheter og muligheter til å forvalte opphavsrett profesjonelt, blir innfridd. I en ambivalent virkelighet er etableringen av gode strukturer og spisset fagkompetanse viktigere enn noen gang. På den måten kan norsk musikkbransje være enda bedre forberedt når den neste krisen kommer.