

Kurs: **FG1296 Examensarbete 15 hp**

Årtal (2015-2016)

Ämneslärarexamen med inriktning mot
arbete i gymnasieskolan

MPS

Handledare: Mikael Persson

Rebecka Roberts

Vilka roller kan en musikproducent ha?

Vilka kunskaper kräver de olika rollerna?

Sammanfattning

Musikproduktion är ett brett ämnesområde som innefattar flera olika yrkesroller som t.ex producent, inspelningstekniker, studiomusiker, låtskrivare etc. Olika inspelningssammanhang kräver olika roller beroende på vem eller vilka man jobbar tillsammans med. Paletten av kunskaper inom dessa olika yrkesroller behöver vara bred och översiktlig samtidigt som den i vissa situationer behöver vara mer djupgående inom ett specifikt avgränsat område. I den här studien kommer yrkesrollen som musikproducentens roll vara i fokus. Vilka olika roller kan en musikproducent ha? Vilka kunskaper kräver dessa roller? Är vissa kunskaper viktigare att ha än andra?

Dessa frågeställningar utforskades genom två fallstudier inom området musikproduktion. Den första fallstudien genomfördes med fokus på det yrkesverksamma fältet och består av intervjuer med yrkesverksamma musikproducenter. Den andra fallstudien hade fokus på utbildningsfältet och är en studie av den konstnärliga kandidatutbildningen i Musik- och Medieproduktion vid Kungliga Musikhögskolan.

Tre kunskapsområden identifierades: musik, teknik och sinne för branschen. Resultatet visade på att "sinne för branschen" var det viktigaste kunskapsområdet för en musikproducent. Det trädde fram fem olika roller som en musikproducent kan få: musikproducenten som arrangör/kompositör, tekniker, ledare, coach och entreprenör, vilka beskrivs ingående under respektive fall med tillhörande kunskaper.

Nyckelord: musikproducent, musikproduktion, producent, producentroll, arrangör, kompositör, tekniker, ledarskap, coach, entreprenör

Innehållsförteckning

1. Inledning och bakgrund.....	1
1.1. Musikproduktion.....	1
1.1.1. Begreppet musikproduktion	1
1.1.2. Rollutvecklingen inom musikproduktion	2
1.1.3. Sex roller som musikproducent (enligt Burgess).....	5
1.2. Utbildning inom musikproduktion.....	6
1.3. Kunskapsområden.....	7
1.3.1. Musikalitet	7
1.3.2. Teknik	8
1.3.3. Sinne för branschen	8
1.4. Syfte	9
1.4.1. Forskningsfrågor.....	9
2. Metod	10
2.1. Val av metod	10
2.2. Val av fall	10
2.3. Insamling av empiri	11
2.3.1. Fall Yrkesverksam	11
2.3.2. Fall Utbildning.....	12
2.3.3. Interaktiv enkät.....	14

3. Resultat och analys	16
3.1. Yrkes-krävande kunskaper	16
3.2. Framträdande roller	19
3.2.1. Förslag på fler kunskaper	21
3.3. Roller som musikproducent	22
3.3.1. Musikproducenten som kompositör/arrangör	22
3.3.2. Musikproducenten som tekniker	26
3.3.3. Musikproducenten som ledare	30
3.3.4. Musikproducenten som coach	34
3.3.5. Musikproducenten som entreprenör	39
4. Diskussion	44
4.1. Kunskapsområden	44
4.1.1. Fler kunskaper	44
4.1.2. Komplettering till kunskap	44
4.2. Utbildning	46
4.2.1. Formell/informell	46
4.2.2. Lättast/svårast att lära sig	47
4.2.3. Mentorskap	48
4.3. Rollerna i relation till Burgess	49
4.4. Utgångspunkt i styrkor	49
4.5. Författarens reflektioner	50
4.6. Förslag till vidare forskning	51

1. Inledning och bakgrund

I kapitlet inledning och bakgrund ges en kort historik och sammanfattning av begreppet musikproduktion samt utvecklingen av rollen som musikproducent. Därefter följer en inblick i utbildningsområdet musikproduktion. I den senare delen av kapitlet identifieras tre olika kunskapsområden inom musikproduktion med fyra delkunskaper i respektive område, utifrån tidigare forskning och litteratur. Avslutningsvis finns syftet med studien och tillhörande forskningsfrågor.

1.1. Musikproduktion

1.1.1. Begreppet musikproduktion

Music production is the technological extension of composition and orchestration. It captures the fullness of a composition, its orchestration, and the performative intentions of the composer(s).. Music production is not only representational but also an art in itself. (Burgess, 2013 s. 5)

Utdraget ovan från Burgess bok *The art of Music Production* är en modern beskrivning av begreppet musikproduktion. Begreppet musikproduktion växte fram i samband med inspelningstekniken under 1900-talet. Att producera musik var från början centrerat kring att återge lyssnarens upplevelse men kom senare att utvecklas till en konstform i sig själv. Thomas Edison, fonografens uppfinnare, berättar om sin egen vision för inspelning:

I shall yet put before the world a phonograph that will render whole operas better than the singers themselves could sing them in a theatre... I shall do this by virtue of the fact that with a phonograph I can record the voices better than any person in a theatre can hear them. (Burgess, 2014 s. 42)

En viktig aspekt i detta påstående är att man på sent 1800-tal inte hade någon förstärkning för röster och instrument utan förlitade sig på rumsakustiken i konsertsalarna att bära fram ljudet. Därför var det av stor betydelse för ljudbilden och upplevelsen var i lokalen man satt under en konsert. En utmaning för sångare och musiker blev således inte bara att spela och sjunga vackert utan även att spela starkt och stabilt för att nå fram till alla åhörare, vilket självklart påverkade soundet. Med mikrofonens och inspelningsteknikens utveckling kom musikproduktion att innefatta allt fler möjligheter. Teknikens och musikproduktionens utveckling har påverkat varandra och tekniken har fortfarande en central roll inom musikproduktionens utveckling. De musikproducenter som nämns i nästa stycke har utmanat och vidgat producentrollens innebörd. Begreppet musikproduktion är i sig inte en yrkesbenämning idag utan är snarare det område i vilket man är yrkesverksam.

Yrkesområdet musikproduktion innefattar flera olika yrkesroller som t.ex inspelningstekniker, låtskrivare, musiker, arrangör och producent. Dessa roller har successivt vuxit fram med tiden och har fortfarande ingen avgränsad definition utan kan se annorlunda ut beroende på vem som har rollen. I Gullös avhandling (2010) sammanfattar han innebörden av begreppet musikproduktion idag:

Musikproduktion omfattar dock långt mer än enbart skivproduktion och under ett produktionsarbete kan många olika yrkesgrupper vara delaktiga i produktionsprocessen som artister och musiker, kompositörer och textförfattare... Trots att samma personer alltså kan vara såväl artister som kompositörer eller producenter så brukar den som mer konkret ansvarar för en produktion i första hand benämnas producent eller musikproducent. (Gullö, 2010 s. 5)

1.1.2. Rollutvecklingen inom musikproduktion

Fred Gaisberg identifieras av Burgess (2014) som en av de första musikproducenterna. I början användes inom inspelningstekniken titlar som *Recorder* och *Director of Recording* men Gaisbergs roll kom att innefatta mer än att stå för utrustning och sköta inspelningen rent tekniskt. Han började så småningom ta in andra som skötte tekniken medan han själv ägnade mer tid åt att upptäcka nya talanger att spela in, vilket idag skulle likställas med arbetsbeskrivningen hos en A&R, *Artist and Repertoire* eller manager. Gronow och Saunio (1998) skriver om producentens roll under det tidiga 1930-talet:

The most important job was to contact the artist and agree on the numbers to be recorded. If the band was not a permanent one, he would produce the accompanists and arrangements. A good record producer was, above all, a talent scout. (s. 70)

Här syftar de med *talent scout* inte bara till att hitta artisten utan även de rätta musikerna för inspelningsjobbet. Moorefield (2010) tillägger om 30-talet att:

The role of the producer in the studio at that time was to be a critic, and, if he was really doing his job well, to help bring out the best in a performer. (s. 2)

Han skriver också att det fanns en tydlig banbrytande musikproducent, Phil Spector, som i slutet av 50-talet med sitt ”Wall of Sound” etablerade ett nytt sätt att producera musik.

Spector can be thought of as the link between the shift away from the ”realistic” recording aesthetic of the fifties to the innovations of the sixties. The move was away from a method in which the sound of a recording was created primarily by the instrumental arrangement and its live performance in the studio, toward one where the manipulation of technology is at the very least an equal partner in achieving the final sound of the recorded work. (Moorefield, 2010 s. 15)

By taking total artistic control of a recording, Spector in fact redefined what it meant to produce a record. In addition - and perhaps most important - Spector had a vision for what the total sound or effect of the recording should be, and he knew how to achieve that effect by manipulating the available technology. He changed forever the way the producer’s role would be viewed. (Moorefield, 2010 s. 12)

Musikproducenter utvecklades från att vara återgivande till att bli en större del av den skapande processen. Spector använde sig av arrangemang och teknik för att mynta sitt sound och han tog hjälp av andra i studion som fick roller som arrangörer och inspelningstekniker. En annan producentroll som Moorefield beskriver är den som han menar att Quincy Jones var banbrytande med när han jobbade med Michael Jackson.

Jackson och Jones träffades när Jones jobbade som kapellmästare i en musikal som Jackson medverkade i. Med sin bakgrund som musiker gick Jones in i en roll som arrangör/producent tillsammans med Jackson. Han såg till att det den musikaliska aspekten var av högsta möjliga kvalitet och anlät endast de bästa tillgängliga musikerna i studion. Jones skapade i studion både genom tekniken och genom att ta till vara på artistens och musikernas insatser. Tekniken tillät nu omtagningar tills det blev precis som man ville ha det, inspelningen kunde på vis bli ett liveframträdande slipat till perfektion. Jones berättar själv:

I devoted 28 years of my life developing my core skills and learned all of the principles of music. You have to develop your skills until you really know what you're talking about - really know deep down inside. (Burgess, 2013, s. 50)

En annan person som förändrat rollen som producent är Max Martin. För att börja från början med Martin Sandberg som blev Max Martin så måste vi börja med ett annat namn: Dag Krister Volle, alias Denniz Pop. Pop började tidigt i en annan yrkesroll, vilken även andra stora musikproducentnamn som Dr Dre och David Guetta gjort, nämligen DJ-rollen vilket vi får höra om i Sveriges Radios program *Cheiron –en Popsaga* (2008). Pop hade en speciell förmåga, nämligen en bra känsla för vad som funkar. I radioprogrammet beskriver Pop med egna ord hur han utvecklade den här förmågan när han försökte bygga upp stämningen på dansgolvet på Stockholms klubbar genom att spela de rätta låtarna vid rätt tidpunkt. Han beskriver hur han fick en direkt respons från publiken som antingen bekräftade eller dömde ut musiken han valt. Max Martin berättar bl.a om den röda hitlampan, vars stora knapp Pop tryckte på när han lyssnade igenom låtar och konstaterade om de var hits eller inte. Och många hits blev det med artister som Ace of Base, Britney Spears och Backstreet Boys. Alla dessa hits kom att etablera *Cheiron soundet*, döpt efter studion Cheiron som låg på Kungsholmen. Pop gav Martin namnet Max Martin, för att skapa en alias och hjälpa honom att *branda* sitt namn, dvs marknadsföra sig som ett varumärke. I en uppföljare till *Cheiron –en popsaga* som heter *Arvet efter Cheiron* (2015) berättar Martin att han hade en stor musikalisk färdighet och kunde både sjunga och spela instrument men också komponera och arrangera. Martin har etablerat både en karriär och ett sound som producerat hela 19 listettor på Billboard, vilket är lika många som Paul McCartney och John Lennon. Han har också lyckats hålla sig kvar i branschen genom årtiondena vilket, menar han själv, beror på att han konstant jobbar med och förnyar sitt sound.

Dessa banbrytande producenter har omdefinierat rollen som musikproducent genom att visa nya förmågor. Det står förmågor och inte kunskaper, eftersom det vill lyftas fram att kunskaperna förvärvades först under genomförandet och att förmågorna var gnistan som tände den processen. I boken *The Art of Record Production* (2012) har Michael Jarret fångat upp stoff från flera nutida musikproducenter som får komma till tals i hans sammanställning av *The Self-Effacing Producer* där han fokuserar på en mer uppbackande roll som musikproducent. Nedan följer citat från Blake Mevis, Tony Brown och Paul Worley i inbördes ordning.

The theory that I hold most is that a producer should help artists get their music on tape and, really, stay out of the coloring process as much as possible. It's the artist's music that has to be on tape - not the producer's (s.130).

You're there to help the artist. Occasionally, the artist looks to the producer for lots of help. But I find that most of the artists I am drawn to - like [George] Strait, or Vince [Gill], or in the past Lyle [Lovett] or Steve Earle - know what they want, and you sort of become invisible. (s.131).

A producer should try to maximize the creativity and the point of view and the musical vision of the artist that they're working with. So in my view the role of the producer is of a facilitator and a translator, someone who communicates the artist's musical vision and direction to the engineers and the musicians and ultimately to the record company involved and tries to give any specific project its own identity. (s.132)

Dessa tre producenter har främst kopplingar till genren Country och man kan se flera skillnader i producentrollerna mellan olika genrer. Vissa genrer som Country, Rock och Jazz bygger på inspelningsessioner i studion med livemusiker medan genrer som EDM och pop mestadels komponeras med hjälp av dataprogram och midi klaviatur.

Här följer en sammanfattning av de förmågor som hittills observerats hos de producenter som nämnts:

- återge ett befintligt musikaliskt sammanhang på en inspelning
- administrations- och arrangeringsförmåga
- att hitta och identifiera talang
- förmågan att ge kritik som får fram det bästa hos artisten
- att skapa ett sound med hjälp av teknik och studiomusiker
- att leda en inspelningsprocess och välja ut andra till att sköta vissa områden
- arrangeringsförmåga
- musikalisk förmåga
- en känsla för vad som funkar och förmågan att identifiera en hit
- branda sitt namn och sitt sound
- låtskrivning/komposition
- förmågan att låta artisten bestämma och sedan facilitera artistens önskemål
- kunna kommunicera artistens vision vidare till tekniker, musiker och skivbolag

Vad behöver man kunna som producent och vem kan kalla sig producent? Förr var det svårare för gemene man att kunna kalla sig musikproducent eftersom tillgången till utrustningen satte vissa begränsningar. Idag finns inte dessa begränsningar på samma sätt. Man kan producera en låt med hjälp av gratisprogram och billig lättillgänglig teknik för att sedan publicera låten och göra den tillgänglig för alla med internetuppkoppling. De olika förhållningssätt som nämnts kräver olika typer av kunskaper och förmågor och grundar sig på styrkorna hos individen i fråga. De producenter som nämnts äger unika egenskaper, förmågor och kunskaper och har visat hur rollen som musikproducent hela tiden kan förändras beroende på vem som tar den. Nedan följer en tidslinje över nämnda producenter:

Fonografens födelse
1877, USA

Quincy Jones
1933- , USA

Deniz Pop
1963-1998, Sverige

Fred Gaisberg
1973-1951, USA

Phil Spector
1939- , USA

Max Martin
1971- , Sverige

1.1.3. Sex roller som musikproducent (enligt Burgess)

I det här stycket sammanfattas de sex olika musikproducentroller som Burgess (2013) har identifierat efter en lång karriär i musikbranschen.

Den första rollen kallas *Artist* och inbegriper artister som väljer att producera sin egen musik själva. Bland dessa finner vi namn som t.ex Stevie Wonder och Prince. I rollen som producent får artisten utökat utrymme både kreativt och praktiskt och har två olika uppgifter under inspelningsprocessen. Resultatet blir ofta ett identifierbart sound som speglar artisten tydligt.

Den andra rollen kallas *Auteur*, vilket kommer från franskans ord för författare. En *auteur* producent är stark musikaliskt och är vanligast inom populärmusik.

...many, but not all, auteur producers write the songs, play instrumental parts, lay down guide vocals, engineer, edit, and perhaps even mix as well. In any event, the defining factor is the unique personal identity with which they infuse their productions... Successful auteur producers are musically, technically and commercially strong (s. 10)

Enligt Burgess har bl.a Max Martin och Timbaland den här rollen eftersom de har ett starkt eget sound som kan urskiljas även när de jobbar med olika artister.

Den tredje rollen kallas *Facilitator* och kommer från engelskans *facilitate*, som innebär att främja. Dessa producenter står ofta med som co-producers och deras roll är att stödja, backa upp och främja artisten i deras kreativa process. Den här rollen skapar ofta långvariga förhållanden mellan artist och producent och bygger på en ömsesidig relation som främjar alla involverade.

Den fjärde rollen kallar Burgess för *Collaborative*, vilket betyder samverkande. George Martin, som producerade The Beatles, ges som exempel på en samverkande producent. Han beskrivs som den femte bandmedlemmen. Hans bidrag skiftade från produktion till produktion men han var alltid med och påverkade den kreativa processen. Till skillnad från en *auteur* producent så ger en samverkande producent det sista ordet till artisten. Rollen fungerar bäst tillsammans med artister som har en egen vision men som kanske vill bli utmanade eller testa något nytt.

Den femte rollen kallas *Enablative*, vilket betyder möjliggörande. Här handlar producentens roll om att möjliggöra det artisten vill åstadkomma. Det kan också vara producenten själv som har upptäckt artisten och vill ge artisten en chans i studion. Detta är en producent med kontakter i branschen som kan möjliggöra en ny artists framgång. Burgess nämner som exempel flera av de tidiga producenterna vilka verkade i gränslandet mellan producent och dagens A&R.

Den sjätte och sista rollen är *Consultative*, konsulterad producent. En konsulterad producent fungerar som en mentor i en produktion. De är inte nödvändigtvis delaktiga i själva inspelningsprocessen och styr inte i de små besluten. Den här rollen är väldigt personbunden och passar inte för alla artister. En producent som är aktiv i den här rollen har ofta en lång framgångsrik karriär bakom sig och tas in just i egenskap av detta.

1.2. Utbildning inom musikproduktion

Gunnar Ternhag skriver i sin text *På tal om musikproduktion. Begreppsbyggnad i ett nytt ämne* (2012) att vid landets, och kanske även Europas, musikhögskolor har innehållet i utbildningen inte förändrats nämnvärt de senaste århundradena. Däremot har det med tiden tillkommit nytt innehåll och musikproduktion är ett sådant nytt innehåll. Ämnet erbjuds idag på ett flertal högskolor i Sverige, både på konstnärlig och vetenskaplig grund. Det finns allt från fristående kurser på distans till utbildning på akademisk avancerad nivå och däremellan finner vi både folkhögskolor och kortare yrkesutbildningar. Ternhag lyfter fram att begreppsbyggnad är centralt när ett nytt utbildningsområde växer fram. Med hjälp av begrepp skapar vi sammanhang och kommunicerar och han ger liknelsen att överenskomna begrepp är som smörjmedel i kommunikationen. Han pratar om begreppets koppling till yrkespraxis men understryker att uppgiften för undervisningsämnet musikproduktion inte är att slaviskt anpassa sig utan att yrkesinriktade utbildningar också ska förändra praktiken och bidra till kvalitetsökning, effektivisering och internationalisering.

Dyrendahl & Nielsen (2012) skriver att musikproduktion är ett ämnes-, yrkes- och kompetensområde där kunskaperna fortlöpande måste uppdateras p.g.a. den snabba utvecklingen. De sammanfattar Nerlands (2004) indelning i kunskapsformerna påståendekunskap, färdighetskunskap och förtrogenhetskunskap. Påståendekunskap har en teoretisk anknytning och kan likställas med fakta. En färdighetskunskap är att sedan kunna applicera påståendekunskapen i praktiken. Förtrogenhetskunskapen hör samman med erfarenhet och intuition och kallas även ”tyst kunskap”. De menar att alla dessa kunskapsformer inkluderas i området musikproduktion. Den tredje typen av kunskap är dock inget man kan identifiera i en kursplan. Det kan vara något som vissa helt enkelt bara har i sig och som andra kan nå genom erfarenhet.

Dyrendahl & Nielsen (ibid.) talar också om formellt och informellt lärande. Formell utbildning inom musikproduktion ger en möjlighet att uppvisa ett diplom som vittnar om en högskoleexamen, men är ingen garanti till varken jobb eller framgång inom yrkesområdet. Faktum är att vissa framgångsrika musikproducenter inte har någon formell utbildning och andra har formell utbildning i ett angränsande område som till exempel konst, musik, entreprenörskap eller ekonomi. Det informella lärandet kan se olika ut och variera från person till person. Nadir ”Red One” Khayat, en internationellt framgångsrik låtskrivare och musikproducent som jobbat mycket med bl.a Lady Gaga, berättar om sin kamp in i branschen i sitt sommarprat i Sveriges Radio (2013). Han beskriver hur han sov på golvet hos vänner och sålde grönsaker på Hötorget och drömde om att en gång lyckas med låtskrivandet. Andra väljer att börja som assistent till någon som är framgångsrik i branschen och lära sig kunskaper den vägen. Detta mönster ser vi hos Denniz Pop som tog sig an Max Martin som sedan tog sig an Johan ”Shellback” Schuster. I ett sådant sammanhang sker ett informellt lärande genom mentorskap och man kan tillgodogöra sig kunskaper från någon som är yrkesverksam i branschen.

1.3. Kunskapsområden

I Gullös avhandling (2010) undersöks bland annat vad studenter på högskolenivå i musikproduktion önskar för ämnesinnehåll i sin utbildning för att förbereda dem för ett framgångsrikt yrkesliv. Han delar in de önskemål som framträder från studenternas svar i fyra olika topos: musik, teknik, bransch och personlig utveckling. Den personliga utvecklingen, hans fjärde topos, kan relateras starkt till utbildningssammanhanget studenterna befann sig i. De var mitt i en flerårig högskoleutbildning och har självklart fokus på personlig utveckling. Gullös övriga tre topos musik, teknik och bransch representerar tre olika kunskapsområden inom ämnet musikproduktion. Själva begreppet musikproduktion speglar litterärt de två kunskapsområdena musik och produktion (teknik) medan bransch relaterar till själva yrkesfältet, musikbranschen. Dyrendahl & Nielsen (2012) skriver att ur ett historiskt perspektiv har kompetensen inom musikproduktion formats av musikalisk och estetisk kunskap, teknisk och teknologisk kunskap samt ekonomisk och administrativ kunskap. Här ser vi en liknande indelning av kunskapsområden: musik, teknik och bransch. I ett så brett yrkesområde som musikproduktion innefattas således inte bara olika kunskaper utan även olika kunskapsområden. Nedan definieras tre kunskapsområden med tolv nyckelkunskaper, fyra inom varje område. Dessa tolv kunskaper har identifierats, av författaren, Rebecka Roberts, för att ingå som en del av metoden i studien. Valet av dessa kunskaper har gjorts delvis utifrån den litteratur och de producenter som studerats i bakgrunden men till störst del med utgångspunkt i författarens egna erfarenheter av musikproduktion och utbildning inom musikproduktion.

1.3.1. Musikalitet

Med musikalitet avses kunskaper som grundar sig inom det musikaliska området. Dessa kunskaper kan identifieras med de hos en studiomusiker, kapellmästare eller artist i musiksammanhang. Inom området musik i allmänhet finns självklart ännu fler delkunskaper, men dessa fyra kunskaper har valts ut på grund av sin relation till musikproduktion: *komposition*, *arrangering*, *gehör* och *musikalisk färdighet*.

Komposition innefattar, men avgränsas inte till, text, melodi, harmonik och rytm, dvs musikaliskt skapande.

Arrangering innebär att strukturera upp vilka instrument som ska spelas, när de ska spelas och hur de ska spelas.

Gehör är förmågan att kunna urskilja vad som spelas samt förmågan att kunna tolka in detta i hur det borde eller skulle kunna spelas. Det kan, men behöver inte, kopplas till en musikteoretisk kunskap som kan hjälpa till med att sätta ord på vad som hörs.

Med *musikalisk färdighet* menas att sjunga och/eller spela instrument på en adekvat nivå.

1.3.2. Teknik

De tekniska kunskaperna representerar de kunskaper som kan identifieras med yrkesrollen inspelningstekniker. Tekniken är musikproducentens instrument och likväl som musikerna behöver kunna spela på sina instrument så behöver musikproducenten kunna spela på sitt (Gullö, 2010). De fyra kunskaper som valts ut är: *inspelningsteknik, kunna utrustningen, effekter och sound* och *mixning och mastring*.

Inspelningsteknik innefattar medvetna val av tex mikrofoner, förstärkare och inspelningsmiljö men också placering av mikrofoner och hur man kan nå sitt önskade sound med hjälp av teknik.

Att *kunna utrustningen* innebär flera aspekter. Det kan vara att veta vilken kabel som ska dras var för att allt ska fungera, att kunna felsöka snabbt och effektivt samt vara snabb i navigering och styrning av mjukvara och mixerbord.

Kunskaper om *effekter och sound* är ett område som är mer nödvändigt och närvarande i vissa genrer än andra. Det innefattar t.ex att kunna välja ett bra reverb, EQ:a till en bra baskage och höra hur gitarren kan gifta sig snyggt med pianot med hjälp av tekniska medel.

Mixning och mastring utförs först när det mesta, om inte allt, redan är inspelat. Kunskaper i detta kräver en god överblicks- och lyssnarförmåga. Det kan vara att med hjälp av volymåknningar få låten mer levande och man gör ett slags tekniskt arrangemang i efterhand då allt är inspelat. Mastringen är den sista pusselbiten innan en låt publiceras då man t.ex ställer in volymen sinsemellan spåren på ett album för att nå en jämn ljudbild i helheten.

1.3.3. Sinne för branschen

Den rubrik som sammanfattar kunskaperna i det här delområdet kallas sinne för branschen och innefattar ett bredare kunskapsområde än de övriga. Kunskaperna är svårare att definiera, mäta och förklara kortfattat i jämförelse med de musikaliska och tekniska. Dessa kunskaper involverar relationer i studion och relationer till marknaden utanför. Kunskaperna framträder inte på samma sätt i alla situationer utan anpassas och appliceras på olika sätt beroende på situation och sammanhang. De sammanfaller nära med Dyrendahl & Nielsens (2012) definition av *förtrogenhetskunskap*. Man kan dra en parallell mellan att ha ett sinne för branschen och att ha kunskap om omvärlden, vilket ”kan vara ett konkurrensmedel för musikproducenter” (Gullö, 2010, s.163). Gullö skriver också att ”Utöver de rent musikaliska kvaliteterna förutsätts en musikproducent även ha kompetens att leda verksamhet och samarbeta med människor samt vara en kreativ person som litar på sin egen förmåga och intuition.” (s. 5). De fyra kunskaper som valts ut är: *känsla för vad som funkar, kreativ och idérik, coachning av artist* och *ledarskapsförmåga*.

En *känsla för vad som funkar* kan t.ex vara hur man komponerar refrängen så att den blir en hit. Den används ofta i kombination med någon av de andra kunskaperna som redan nämnts. Man kan se hur låten kommer att fungera utanför studion när artisten ska framföra låten live.

Att vara *kreativ och iderik* behövs i kombination med både de tekniska och de musikaliska kunskaperna men ingår också i att ha ett sinne för branschen. Det krävs både kreativitet och iderikedom för att redan i studion kunna förutse hur man ska få just sitt album att stå ut ibland alla andra album som släpps samma vecka. Idéerna som kläcks i studion är nödvändiga för att få processen att gå framåt om den stannat av.

Coachning av artisten innebär att vara en guldgrävare och coach. I artistens stunder av osäkerhet eller modlöshet kan den här kunskapen vara extremt värdefull. I ett inspelningssammanhang är det mycket psykologi som påverkar och genom coachning med en säker hand kan guldkornen vaskas fram. Coachningen behöver inte begränsas till att bara innefatta artisten utan kan också inkludera coachning av all talang och kunskap som finns hos alla involverade i studiosammanhanget.

Ledarskapsförmåga underlättar för alla involverade. Med ledarskapsförmåga kan man definiera och passa ihop allas roller och gå in och ta beslut när det behövs ledning i en specifik riktning. Det kan också bland annat innebära att man vet när man ska backa för att släppa fram någon annans idéer eller förslag och sedan kunna främja dessa.

1.4. Syfte

Syftet med examensarbetet är att undersöka vilka olika roller en musikproducent kan ha idag samt vilka kunskaper som är viktiga inom de olika rollerna. Detta undersöks genom två deskriptiva fallstudier inom området musikproduktion, den första inom det yrkesverksamma fältet och den andra inom utbildningsfältet.

1.4.1. Forskningsfrågor

Vilka olika roller kan en musikproducent ha? Vilka kunskaper kräver de olika rollerna? Vilka uppfattningar finns inom det yrkesverksamma fältet respektive utbildningsfältet?

2. Metod

2.1. Val av metod

För att djupgående kunna beskriva två olika områden inom fältet musikproduktion har fallstudien valts som metod. Det är svårt att presentera en generell eller övergripande syn som representerar hela yrkes- och utbildningsfältet men vi får en djup insyn i just dessa utvalda fall.

Fallstudien som metod är omtalad och missförstådd och det tvistas fortfarande om definitionen och användningsområdet av den. Enligt Merriam (1993) jämförs den ofta med fältarbete, deltagande observation, ”grounded theory” och kvalitativa intervjuer vilket bidrar till förvirringen. Två fallstudier kommer genomföras och båda syftar att vara deskriptiva, målet är att beskriva vilka roller som framträder samt vilka kunskaper som anses som essentiella i yrket som musikproducent genom att studera två avgränsade områden, det yrkesverksamma fältet och utbildningsfältet. Fall ett kallas i den här studien för Yrkesverksam och fall två kallas för Utbildning. Yin skriver (2007) att fallstudiens unika styrka är dess förmåga att hantera många olika typer av empiriskt material (dokument, artefakter, intervjuer och observationer). Empirin i den här studien har samlats in genom intervjuer, studier av dokument samt en av författaren nykonstruerad metod som kallas interaktiv enkät. Samtliga beskrivs mer ingående senare i kapitlet.

2.2. Val av fall

I fall Yrkesverksam intervjuas fyra yrkesverksamma producenter. Valet av intervjuobjekt har baserats på en personlig koppling och en nyfikenhet på dessa producenters framgång. Samtliga fyra intervjuobjekt är män, vilket inte var med avsikt. Det var helt enkelt så att det utifrån bekvämlighetsval för författaren inte fanns någon personlig koppling till en kvinnlig yrkesverksam musikproducent. Detta balanserades delvis upp i urvalet av intervjuobjekt i fall Utbildning. Åldersmässigt skiljer det nästan tjugo år mellan den äldsta och den yngsta producenten vilket ger en bred bild tidsmässigt av musikbranschen. De har fyra olika huvudsakliga arbetsplatser inom branschen vilket är positivt i den bemärkelse att deras dagliga möten med branschen sker från olika håll.

Utbildningsväsendet har när de sammansatt ett utbildningsprogram redan genomgått en process att gallra fram vilka kunskaper som behövs för yrkesområdet. Det finns många

olika utbildningar inom området musikproduktion, alltifrån fristående kurser till kortare yrkesutbildningar till akademiskt grundade program på masternivå. En utbildning på konstnärlig grund har sitt ursprung ur konsten och skapandet, därför valdes en utbildning på konstnärlig grund framför en utbildning på vetenskaplig grund. En kandidatutbildning representerar hela grundnivån i den akademiska världen och är mer omfattande än en kortare yrkesutbildning som oftast bara fokuserar på en av de olika yrkesrollerna eller kunskapsområdena inom musikproduktion. Utbildningen som valts tituleras konstnärlig kandidatutbildning i Musik- och Medieproduktion och erbjuds vid Kungliga Musikhögskolan i Stockholm. En problematik med att välja just den utbildningen är att författaren själv kommit i kontakt med den mycket under sin egen utbildning. Författaren har själv läst några av de kurser som studeras, men då i relation till läraryrket och inte till en yrkesutbildning inom musikproduktion. Detta ger dock en ännu större insyn i utbildningen vilket är positivt eftersom det är en såpass omfattande process att studera en hel kandidatutbildning.

2.3. Insamling av empiri

2.3.1. Fall Yrkesverksam

Intervjuform

I fall Yrkesverksam genomförs fyra kvalitativa intervjuer, en med varje producent. De är formella på det sättet att objekten delges information om intervjuens syfte innan genomförandet (Krag Jacobsen, 1993). De är medvetna om frågeställningen i studien samt vilken roll deras intervju spelar i denna. Intervjuerna är inte standardiserade utefter Trosts (1997) mått eftersom de utformas med objektet i åtanke. Detta medför att det inte är samma frågor som ställs i alla intervjuer. Frågorna är ostrukturerade eftersom det inte finns några fasta svarsalternativ. Intervjuformen är en riktad öppen intervjuform där fenomenet utforskas utifrån objektets bild av verkligheten, men sammanhanget är bestämt av intervjuaren (Lantz, 2013). Intervjuerna grundas i författarens avgränsning av sammanhanget i vilket deras upplevelse, åsikt och erfarenhet efterfrågas. Deras upplevelser, åsikter och erfarenheter blir således utgångspunkten i intervjun. Detta skiljer den riktade öppna intervjuformen från den öppna intervjuformen där objektet i så fall skulle fått bestämma sammanhanget själv. Krag Jacobsen (1997) lyfter fram att svårigheterna att tolka resultatet ökar ju mer spelutrymme man lämnar åt intervjuobjekten.

Intervjuobjekt

Producent A har varit yrkesverksam sedan 90-talet och har jobbat med flera internationellt stora namn inom popbranschen. Han är aktiv låtskrivare och producent, medverkar i underhållningsprogram på TV och har även startat en gymnasieskola med inriktning mot musikproduktion.

Producent B driver en egen studio där flera andra producenter/tekniker/låtskrivare hyr in sig. Han kommer själv från musikerhållet och har turnerat mycket men jobbar idag mest i studion som producent och tekniker. Han har på senare år börjat mixa alltmer och mixar idag även andra producenter och artisters låtar.

Producent C har en formell utbildning på högskolenivå inom musik. Han har jobbat som musiker, kapellmästare och arrangör i flera år för flera stora svenska artister. Han har mestadels jobbat i studion i relation till den artist han spelat med för tillfället. På senare år undervisar han i musikproduktion och har fått flera producentjobb men är fortfarande aktiv som professionell musiker, arrangör och kapellmästare.

Producent D är musiker från början som utvecklade ett tekniskt intresse med tiden. Han har en formell högskoleutbildning i musik och undervisar i musikproduktion på högskolenivå med fokus på inspelningsteknik och mjukvaruprogram. Han är mest inriktad på den tekniska biten av musikproduktion men är även låtskrivare och textförfattare.

Interaktiv enkät

För att komplettera data som framkom i den riktade öppna intervjun så utvecklades en ny metod av författaren. Den underlättar bland annat tolkning av empiriska data och ger möjlighet att jämföra resultat. Metoden kallas interaktiv enkät och beskrivs på sidan 14 i denna uppsats. Den interaktiva enkäten genomfördes i samband med de kvalitativa intervjuerna. I vissa fall i början (Producent A och C), i vissa fall under (Producent B) och i vissa fall i slutet (Producent D) av intervjun. Detta varierades beroende på när det blev naturligt i samtalet.

2.3.2. Fall Utbildning

Studie av antagningsprocess och kursinnehåll

För att få en helhetsbild av antagningsprocessen och kursinnehållet gjordes dessa studier tillsammans med prefekten för utbildningen. Prefekten har det övergripande ansvaret för både antagningsprocessen och programmets kursinnehåll. På grund av utbildningens omfattning behövdes två tillfällen för att samla in empiri. Det första tillfället centrerades kring utbildningen i sin helhet samt kring antagningsprocessen. Prefekten gick igenom de olika proven samt vad de som jury tittar efter med utgångspunkt i de officiella

beskrivningarna av antagningsproven. Under det andra tillfället studerades och diskuterades kursinnehållet i utbildningen med utgångspunkt i kursplanerna. Prefekten berättade hur kursplanerna tillämpas rent praktiskt samt om olika kursmoment och examinationer.

Studentintervjuer

Det var essentiellt i studien att även få en förstahands dialog med studenterna för att höra deras upplevelse. Studenterna till intervjuerna valdes i samråd med prefekten. Prefekten föreslog att de skulle vara sistaårselever eftersom de skulle ha bäst kännedom av utbildningen som helhet. Eftersom alla intervjuobjekt hittills varit män så valdes två kvinnliga studenter och en manlig. Studenterna har även olika fördjupnings profiler, detta för att frambringa olika syner på rollen som musikproducent och vilka kunskaper som krävs. Student 1 är inriktad på rollen som låtskrivare/artist och producerar egen musik men jobbar även på skolan som inspelningstekniker i studion. Student 2 är mest inriktad på rollen som låtskrivare/artist och producerar egen musik. Student 3 är mest inriktad på rollen som tekniker/producent med komponerar även eget material.

Studentintervjuerna genomförs i en fokusgrupp eftersom deras diskussion sinsemellan utgör en intressant aspekt. Intervjuformen var formell och de delgavs insikt i vad studien handlade om och syftade undersöka och bestod av två olika intervjutillfällen. Under det första tillfället genomfördes den egenkonstruerade metoden vilket följdes av ett gemensamt samtal kring rollen som musikproducent. Det andra tillfället handlade om deras personliga bakgrunder, deras erfarenhet av utbildningen samt deras framtida yrkesplaner.

Interaktiv enkät

Precis som det nämndes ovan genomfördes den interaktiva enkäten i samband med det första intervjutillfället med studenterna. Det behövdes även en tredje träff med prefekten för att kunna genomföra den interaktiva enkäten med honom. I nästkommande stycke beskrivs metoddelen mer ingående.

2.3.3. Interaktiv enkät

Författaren valde att konstruera en egen metod som kunde koppla samman de båda fallen i ett mätbart resultat. Metoden är inspirerad av enkäten som metod men har utvecklats till att bli en mer interaktiv del av datainsamlingen än vad en traditionell enkät skulle vara. Inspirationen till idén startades ur Trosts (1997) uppmaning att innan den tänkta intervjun låta intervjuobjektet berätta sin egen definition av området kring vilket de skulle intervjuas. Om intervjun till exempel ska handla om familjerelationer så kan man låta objektet först skriva ner familjemedlemmarna på lappar och definiera dessa själv. Man kan på så sätt i intervjun utgå från objektets egna definitioner för att undvika missförstånd.

Författaren valde att konstruera lapparna med förutbestämda förmågor och kunskaper men lämnade tolknings och definitionsutrymme åt objekten. Med utgångspunkt i de tre delområden som identifierats och beskrivits i bakgrundsdelen (musikalitet, teknik och sinne för branschen) identifierade författaren fyra delkunskaper inom varje område. Varje kunskap representeras av en papperslapp och färgen på lappen signalerar vilket område kunskapen tillhör. Alla objekten behöver således tänka och resonera kring varje uppgift utifrån samma tolv kunskaper. Kunskapernas väsentlighet ställs i relation till varandra och ger ett mer mätbart resultat som komplement till den kvalitativa intervjun.

Musik:

Komposition	Arrangering	Gehör	Musikalisk färdighet
-------------	-------------	-------	----------------------

Teknik:

Inspelningsteknik	Kunna utrustningen	Effekter och sound	Mixning och mastring
-------------------	--------------------	--------------------	----------------------

Sinne för branschen:

Känsla för vad som funkar	Kreativ och idérik	Coachning av artisten	Ledarskapsförmåga
---------------------------	--------------------	-----------------------	-------------------

Uppgift 1

Rangordna på en skala från ett till fem vilka kunskaper du tycker är viktiga för en musikproducent att ha, där ett är viktig och fem oviktig.

Här efterfrågades vilka kunskaper de anser är viktiga respektive oviktiga men även hur kunskaperna hamnar i förhållande till varandra. De tvingas ställa dem mot varandra och fatta beslut om den ena är viktigare än den andra samt hur mycket viktigare eftersom det är en femgradig skala.

Uppgift 2

Rangordna, återigen från ett till fem, vilka kunskaper du anser att man kan lära sig, där ett är naturlig talang och fem är en kunskap som är lätt att lära sig.

Svaren på den här uppgiften kan förhoppningsvis bidra med intervjuobjektens syn på huruvida utbildning, formell eller informell, behövs för vissa kunskaper men inte andra. Om någon kunskap grundas i naturlig talang men kan utvecklas eller läras till viss del gavs förslaget att dessa kan placeras i mitten.

Uppgift 3

Välj ut endast fem av dessa tolv kunskaper som du anser att du skulle behöva om du fick i uppdrag att producera ett album.

Här specificerades att de som producenter har möjlighet att ta in andra yrkesroller som till exempel studiomusiker eller inspelningstekniker om så önskas samt att de kommer stå som ansvariga producenter för helheten. Det efterfrågades vilka kunskaper de kopplar starkast till själva producentrollen eftersom de andra kunskaperna kan besittas av och kompletteras med andra relaterade yrkesroller.

Definitioner och förslag

Författarens definitioner av dessa kunskaper, som återfinns i bakgrundsdel, kommunicerades inte till objekten. De fick frihet att utgå från vad kunskaperna representerar för dem. Efter att de genomfört de tre uppgifterna fördes en dialog där de fick möjlighet att beskriva sina egna definitioner av kunskaperna och berätta vad varje kunskap innefattar för dem. De fick också möjlighet att fylla i fler kunskaper om de anser att det var något som inte fanns representerat.

3. Resultat och analys

Metoddelen med lapparna genererade en rik pool av empiri som förenade de två fallen. Momentet genomfördes likadant i båda fallen, därför blev objektens svar både mätbara och jämförbara på ett påtagligt och konkret sätt. Tillsammans gav svaren en bred bild av deras syn på yrket musikproducent samt vilka kunskaper det kräver. Objekten från de båda fallen har tillsammans ett brett åldersspann och olika bakgrunder både musikaliskt, tekniskt och utbildningsmässigt. De representerar flera olika genrer och flera angränsande yrkesroller inom musikproduktion. Den av författaren konstruerade metoden genererade tillsammans med intervjuerna ett omfattande resultat som analyserades och visade på fem tydliga producentroller. Det hade gått att utläsa ännu fler roller, men dessa fem var tydligast. Dessa roller presenteras under varsin rubrik där utdrag från intervjuerna inkluderas. Varje roll är indelad i tre rubriker. Resultatet från de två fallen Yrkesverksam och Utbildning redovisas under varsin rubrik och avslutningsvis ges en sammanfattning av varje roll. I sammanfattningen inkluderas tillhörande kunskaper dels utifrån de tolv kunskaperna från inledningen men även utifrån de förslag på kunskaper som intervjuobjekten själva bidrog med.

3.1. Yrkes-krävande kunskaper

Genom de tre olika uppgifterna från författarens egen metoddel kunde en hierarkisk ordning urskiljas mellan kunskaperna.

I uppgift ett rangordnades kunskaperna utefter hur essentiella de ansågs vara i yrket musikproducent. Flera av deltagarna ställde direkt följdfrågan: vilken typ av musikproducent? Några upplevde att de behövde mer information om vilken roll musikproducenten skulle ha för att kunna svara på ett tillfredsställande sätt. Detta är en intressant aspekt i sig och visar på att det är svårt att fastställa vad begreppet musikproducent innebär och innefattar och det föreslår att beroende på vilken roll producenten har så är olika kunskaper viktiga. De ställde frågor som: Vilken typ av genre? Kan man ta hjälp av andra? Skriver man låtarna själv? Någon lyfte också fram att lapparna kan spegla olika dagar i en musikproducents liv och menade på att man kommer i kontakt med alla dessa mer eller mindre men att det kan variera mellan veckans dagar. De uppmanades svara utifrån deras egen generella syn på rollen som musikproducent vilket ger svar på vilken roll de själva först tänker på.

Efter att ha slagit samman allas svar framgick en tydlig rangordning. Den kunskap som är överst i listan är den som ansågs vara viktigast och resten följer i fallande ordning:

1. Kreativ och idérik [sinne för branschen]
2. Coachning av artisten [sinne för branschen]
3. Känsla för vad som funkar [sinne för branschen]
4. Ledarskapsförmåga [sinne för branschen]
5. Kunna utrustningen, Sound och effekter [teknik]
6. Arrangering, Komposition [musik]
7. Inspelning [teknik], Gehör, Musikalisk färdighet [musik]
8. Mixning och mastring [teknik]

Redan här kan ett viktigt resultat observeras där samtliga kunskaper inom området sinne för branschen hamnar högre än de övriga. Att ha koll på utrustningen och sound och effekter bedömdes kollektivt som viktigare än arrangering och komposition. Detta innebär att objekten vid sin första tolkning av rollen som musikproducent lutar mer åt en teknisk roll än en musikalisk.

I uppgift två rangordnades kunskaperna från ett till fem, där ett grundas mest på naturlig talang och fem är kunskap som är lätt att lära sig. Överst i följande lista hamnar den kunskap som ansågs vara lättast att lära sig och resten följer i fallande ordning:

1. Inspelningsteknik, Kunna utrustningen [teknik]
2. Mixning och mastring [teknik]
3. Sound och effekter [teknik]
4. Arrangering [musik]
5. Komposition, Musikalisk färdighet [musik], Känsla för vad som funkar [sinne för branschen]
6. Gehör [musik]
7. Coachning av artisten [sinne för branschen]
8. Ledarskapsförmåga [sinne för branschen]
9. Kreativ och idérik [sinne för branschen]

Här visar resultatet åter en tydlig uppdelning mellan delområdena. Samtliga tekniska kunskaper ansågs vara lättare att lära sig än de musikaliska och de som rör sinne för branschen. De musikaliska kunskaperna hamnar något högre än de som rör sinne för branschen och vi kan konstatera att kunskaperna som rör sinne för branschen alltså är svårast att lära sig och har mer att göra med naturlig talang än de övriga. I koppling till den förgående frågan så är rollen som musikproducent alltså inte särskilt lätt att lära sig eftersom alla de viktigaste kunskaperna enligt uppgift ett även är de svåraste att lära sig enligt uppgift två.

I uppgift tre valdes de fem kunskaper ut som ansågs vara viktigast för en musikproducent att ha när de ska producera ett album. Det kom flera direkta följdfrågor på den här uppgiften. Författaren förtydligade då att de skulle producera albumet tillsammans med en artist och fick möjlighet att ta hjälp av andra yrkesroller, såsom inspelningstekniker, låtskrivare, studiomusiker etc. Deras namn skulle stå efter *producerad av* och därmed innebära helhetsansvaret för den slutgiltiga produkten. När de fått den beskrivningen började de plocka ut korten relativt snabbt. Dessa följdfrågor visar på att de även här

behövde vidare specifikation angående vilken roll de skulle ha som musikproducent i sammanhanget. Svaret specificerar vilka kunskaper som kopplas starkast till just producentrollen i relation till övriga yrkesroller eftersom de fick ta in hjälp. Följande rangordning utkristalliserades där den översta kunskapen var den som användes flest gånger och resten följer i fallande ordning. Inom parantes står en siffra som anger hur många gånger kunskapen blev vald (åtta är max).

1. Kreativ och idérik [sinne för branschen] (8)
2. Ledarskapsförmåga, Känsla för vad som funkar [sinne för branschen] (7)
3. Arrangering [musik] (6)
4. Coachning av artisten [sinne för branschen] (5)
5. Komposition [musik] (3)
6. Musikalisk färdighet [musik], Inspelningsteknik, Kunna utrustningen, Sound och effekter [teknik] (1)
7. Mixning och mastring [teknik], Gehör [musik] (0)

Kunskapen *kreativ och idérik* valdes alla gånger och är den kunskap som allra starkast kopplas till just producentrollen. Kunskaperna som tillhör sinne för branschen valdes flest gånger. Den kunskap från området musik som valdes oftast var *arrangering*, därefter *komposition*. Om man skulle sammanfatta allas svar skulle det gemensamma svaret bli följande fem kunskaper: *kreativ och idérik*, *ledarskapsförmåga*, *känsla för vad som funkar*, *arrangering* och *coachning av artisten*. Dessa fem kunskaper är de kunskaper som kopplades starkast till själva producentrollen i de sammanhang då man får hjälp av andra yrkesroller och visar återigen på en tydlig överrepresentation av samtliga kunskaper inom området sinne för branschen.

3.2. Framträdande roller

Intervjuobjekten gavs möjlighet att delge sina egna definitioner av de olika kunskaperna. Vissa kunskaper sammankopplades med varandra och vissa delades upp i mindre bitar. Det framkom att sinne för branschen var svårast att definiera och kopplades ofta ihop med andra kunskaper. Nedan följer en sammanställning och analys av de kunskaper som det fördes mest samtal kring och som gav upphov till egna producentroller. En kunskap gav upphov till en egen yrkesroll.

Komposition/Arrangering

Komposition uppfattades inte bara synonymt med låtskrivande utan även med att kunna komponera ihop låtarna till en helhet på ett album. Komposition och arrangering innefattar det mesta rent musikaliskt eftersom producentens uppdrag är att vara verksam i processen från första till sista tonen. ”Man arrangerar ju när man producerar”, menade Producent D. Producent B berättade att vissa artister kommer med färdigkomponerade låtar medan andra är mer öppna för att låta skapandeprocessen ske i studio tillsammans med producenten. Enligt Student 2 hade Quincy Jones fokus på arrangering och hans sätt att producera var att arrangera. Dessa två kunskaper gav upphov till rollen *musikproducenten som kompositör/arrangör*.

Effekter och sound/Inspelningsteknik

Producent D nämnde ”de två olika Martin”, Max Martin och George Martin, där den förstnämnda har ett eget sound som producent och den sistnämnda jobbar med att fånga artistens sound. Studenterna menade att vissa artister ibland söker sig till en specifik producent för att de vill ha just deras sound på sitt album. *Sound och effekter* kan ha samma funktion som inspelningsteknik beroende på vilken genre man spelar in. Producent D påpekade att han ”i princip bara använder *inspelningsteknik* när vi ska spela in sång”. Detta visar på en genrebundenhet där man i genrer som pop och EDM producerar större delen av musiken i datorn och använder effekter för att skapa ett sound. I andra genrer som country, jazz eller rock använder man sig av istället av inspelningsteknik för att skapa ett sound. Då behöver man som producent kunna använda element som mikrofonplacering och inspelningsmiljö för att nå önskat sound. Dessa kunskaper gav upphov till rollen *musikproducenten som tekniker*.

Ledarskapsförmåga

Ledarskapsförmågan fick mycket fokus i samtliga intervjuer och gav upphov till rollen *musikproducenten som ledare*. Att leda processen kreativt, praktiskt och administrativt. Olika typer av ledarskap nämndes och den här lappen var den som differentierades mest definitionsmässigt mellan de olika objekten, men alla var överens om att det var en självklarhet att det krävdes ledarskapsförmåga av en producent.

Coachning av artisten

Producent A påpekade att detta är något som artisten gillar mycket och han menade att det kan vara just den här kunskapen som leder till jobbmöjligheter med specifika artister. Den här kunskapen gav upphov till flera andra kunskaper och gav också upphov till en roll som kallas *musikproducenten som coach*.

Kreativ och idérik/Känsla för vad som funkar

Två olika intervjuobjekt kopplade direkt ihop kompositionsbiten med att vara kreativ och idérik. En av dem lyfte fram att det kan vara otroligt värdefullt om artisten har kört fast på något sätt men att det kan vara lika hindrande att komma med egna idéer om artisten har hittat ett flow. Att vara kreativ och idérik kopplades även ihop med många av de övriga kunskaperna, framförallt när det pratades om sound och att hitta ett sound. Att ha en känsla för vad som funkar kopplades ihop med sinne för business och bransch samt med arrangemang, komposition, effekter och sound, ledarskapsförmåga och mixning. Att ha en känsla för vad som funkar specificerades som en av de allra viktigaste kunskaperna just eftersom den relaterar till så många andra kunskaper. Två olika intervjuobjekt plockade även ut den separat och menade på att det är just det här som det innebär att vara producent. Dessa kunskaper gav upphov till en producentroll som identifieras som *musikproducenten som entreprenör*.

Mixning och mastring

Här framkom reflektionen att mixning och mastring inte borde vara på samma lapp eftersom de är två skilda processer där producenten ofta är närvarande i den ena, mixningen, men ibland inte alls i den andra, mastringen. Mastringsprocessen har alltmer övergått till en separat roll och till viss del även mixningen. Producent B jobbar själv en hel del med mixning och liknar mixnings- och mastringprocessen vid de sista pusselbitarna som läggs då man får en överblick över helheten. Han lyfte fram att mastring är ett yrke i sig som kräver speciella kunskaper. Man behöver ha ett bra öra för lyssning, kunskaper i ljudteknik och metadata och behöver inte nödvändigtvis ha några musikaliska kunskaper alls. Den här kunskapen gav upphov till en separat och alltmer förekommande yrkesroll där man kan jobba med att endast mixa eller mastar andras låtar.

3.2.1. Förslag på fler kunskaper

Intervjuobjekten fick utrymme att lägga till egna kunskaper som de upplevde fattades eller inte fanns representerade.

Överblick	Att ha en överblick föreslogs av Producent D. Det innebär att ha en överblick över produktionen som helhet vad det gäller det musikaliska och tekniska. Även om man inte har djupgående kunskaper kan man se när ett område brister eller behöver justeras.
Medvetenhet	Producent C föreslog medvetenhet. Det innebär att vara medveten om vad som händer tekniskt, musikaliskt, kreativt och praktiskt. Det innefattar också en medvetenhet om vad som händer i rummet hos de som är där rent socialt. Medvetenhet bidrar till att kunna fatta snabba beslut på lite information.
Vision	Både Producent A och B föreslog vision. Denna förmåga innebär att veta vart man är på väg och hur man ska ta sig dit. Detta inkluderar också förmågan att kunna kommunicera och måla upp bilden för alla involverade i projektet, alltifrån skivbolag till artist, tekniker, musiker och alla däremellan. Den inkluderar också att ha koll på sin marknad och urkund redan innan inspelningen börjar och kunna navigera vägen dit.
Likability	Producent A föreslog likability. Den innebär att vara omtyckt socialt och yrkesmässigt och är mer av en personlig egenskap än en kunskap. Han menade att det ofta är de som är populära som människor som får jobb som producent och att de är "tjenis med A&Rs". Att bli musikproducent innebär inte bara studioarbete utan också att vara ute och träffa folk som kan vara viktiga för din karriär. Han förklarade att musikaliskt kunnande bara räcker en bit och sen tar andra komponenter vid, som att vara en <i>hustler</i> och att vara <i>streetsmart</i> .
Drivkraft	Drivkraft föreslogs av Producent B som ett nytt kunskapsområde som komplement till musik, teknik och sinne för branschen. Den här kategorin inkluderar ord som drivkraft, målmedvetenhet, passion och tävlingsinstinkt. Detta är vad som driver en att hela tiden göra bättre ifrån sig och aldrig ge upp och liknar mer en personlig egenskap eller förmåga än en faktisk kunskap.
Social och emotionell intelligens	Social och emotionell intelligens föreslogs av Student 1 och kopplades ihop med coachning av artisten. Den innebär att ha koll på vart alla i projektet befinner sig känslomässigt, hälsomässigt och rent kreativt. Man kan bemöta andra människor och veta när det är läge att ta en paus, ge konstruktiv feedback och känna av hur hårt man kan pusha någon.
Administrations förmåga	Prefekten föreslog administrationsförmåga. Det innebär att ha koll på tidsschema, budget och annat praktiskt som kan tänkas påverka projektet. Med hjälp av den här kunskapen flyter allt på som det ska och man kan fånga upp eventuella problem i tid. Det innebär att kunna förhålla sig till deadlines, sköta logistik, göra inspelningsscheman och vara en övergripande projektledare som driver produktionen framåt rent praktiskt.

3.3. Roller som musikproducent

Utifrån båda fallens resultat framträder fem olika roller som en musikproducent kan ha. Rollerna föredde sig ibland väldigt lika mellan fallen men ibland lite olika, därför presenteras rollerna utifrån två perspektiv, först Yrkesverksam och sedan utbildning. Slutligen sammanfattas båda fallen till en kortare beskrivning av respektive roll med tillhörande kunskaper. Här inkluderas, förutom kunskaperna från den egna metoden, även de förslag på kunskaper som intervjuobjekten delgav.

3.3.1. Musikproducenten som kompositör/arrangör

Fall Yrkesverksam

I den här rollen inriktar sig producenten mest på den musikaliska delen av produktionen. Alla musikaliska kunskaper är i allra högsta grad användbara och fördelaktiga att ha om man är verksam i den här rollen. En av producenterna lyfte fram aspekten att en viss typ av *musikalisk färdighet* har med talang att göra men att en del av kunskapen inte alltid behöver vara endast konstnärlig utan kan läras.

Det är en stor skillnad tycker jag på musikalisk färdighet och musikalisk talang. Musikalisk färdighet det anser jag att man kan lära sig. Spela en skala snabbt, det har vissa tekniska aspekter i sig, i och med att musik är så nära matematiken så är det en ganska stor del av musik man kan lära sig. En annan stor del kan man inte lära sig. Och det anser jag att komposition, där ska man ha en känsla för form och det tycker inte jag är någonting som man egentligen på ett teoretiskt sätt kan lära sig, det blir aldrig bra. (utdrag ur intervju med Producent C 10/11/2015 10.30)

Gehör är definitivt en kunskap som behövs om en producent ska guida den musikaliska processen. *Gehör* hör också ihop med *arrangering* på det sättet att det hjälper till att belysa vad som händer i arrangemanget. Producenter som har den här rollen deltar oftast i *kompositionen* av låtarna, ibland som medkompositör. Rollen liknar den roll som en kapellmästare har i ett livesammanhang, antingen komponerar och arrangerar man tillsammans med artisten eller så får man en komposition av artisten som man sedan arrangerar upp och kommunicerar till musikerna. Att arrangera någonting för en livesituation i jämförelse med en inspelningssituation skiljer sig inte så mycket åt förutom att åhörarna bara kommer att höra det en gång i en livesituation medan de kan gå tillbaka och lyssna på det upprepade gånger på en inspelning. Ibland spelar man in en artist som inte har ett eget band och då kan rollen även inkludera att fixa musiker och sköta den musikaliska kommunikationen med bandet å artistens sida. En bra arrangör underlättar mixningsprocessen genom att under inspelningens gång justera arrangemanget för att få en bra helhetsbild. *Effekter och sound* kopplas starkt till den här producentrollen eftersom detta integreras i både arrangemang och komposition.

Effekter och sound... jag tycker att den har ett kraftigt band med arrangemang och komposition i det här läget. Dom sitter ihop som i en liten kedja...det kan vara ett parti i en låt som blir fullständigt hopplöst tråkigt om vi inte använder effekter och sound i det, så för mig hör det ihop med arrangemang. (utdrag ur intervju med Producent C 10/11/2015 10.30)

Många av de producenter som är verksamma i den här rollen har ett eget sound, dvs man kan höra på deras produktioner att de medverkat även i det musikaliska. Producent B jämförde detta med kompositörer av filmmusik. Han tog Hans Zimmer som exempel och menade att man kan höra när det är han som skrivit musiken. Han berättade att han själv dock uppskattar mer när det är kvalitén istället för soundet som är den gemensamma nämnaren för en kompositör. Dvs att samma kompositör kan skriva musik till en actionfilm med superhjältar såväl som till ett drama från andra världskriget och att det enda som är gemensamt mellan projekten är att musiken är perfekt i sitt sammanhang. Alla fyra producenterna kommer ursprungligen från musikaliska bakgrunder och samtliga lyfter fram att detta har hjälpt dem enormt mycket som producenter.

Det är nog kanske en bra sak för är man musiker själv så har man ju en viss förståelse för musikers önskemål och behov och man har ju själv stått där och sett den röda lampan tändas. Då vet man att det kan va lite jobbigt. (utdrag ur intervju med Producent D 22/10/2015 13.00)

Jag kommer från musikerhållet från början. Jag har tagit med mig sjukt mycket av det in i mitt sätt att producera, att man vet hur det känns att stå på scenen, man vet hur det känns att höra publiken sjunga min låt, jag vet hur det känns att se 15 000 men inte höra dom för att man har in-ear... Om vi ska gå i radion nästa vecka och så ska han ut och turnera med den här så kan man känna som producent tycker jag att ”det här är ett skitdåligt intro, det här kommer bli helt weird för han att starta en låt på det här sättet”... mitt huvud går ändå tillbaka till hade jag stått där hade jag tyckt att det vart sjukt konstigt att börja sjunga just där. Det känns musikaliskt fel. Så då kanske man hjälper till lite med såna tankar som producent tycker jag. Det kanske ska hända någonting precis innan som gör att det känns bättre. Jag har med mig jätte mycket med min erfarenheten av live in i hur jag producerar. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Fall Utbildning

Efter att ha studerat antagningsprocessen till utbildningen framträdde det att följande fem kunskaper krävdes hos de sökande för att bli antagna (i inbördes ordning): *komposition, arrangering, musikalisk färdighet, ledarskapsförmåga* och *gehör*. Fokus ligger vid de musikaliska kunskaperna vilket kan härledas till att det är en musikhögskola samt att utbildningen ges på konstnärlig grund. Rollen som kompositör/arrangör behöver alltså de sökande till viss del redan besitta innan de påbörjar sina studier. Kursinnehållet är sedan till stor del fokuserat kring att utveckla dessa kunskaper. I kurserna inom musikteori lär sig studenterna komposition, arrangering och gehör. Prefekten påpekade att just gehör kan för en producent vara olika viktigt beroende på vilken genre man producerar.

Gehör.. Det beror lite på genre där tycker jag, om det är viktigt eller inte.

”I vilken genre är det viktigt?” (intervjuaren)

Ja, i jazz till exempel förstås. Framförallt för improvisation och sånt. Och viss musik är ju mer gehörsbaserad. jag menar, klassisk musik, då är det ju, tycker jag... inte lika viktigt med gehöret. Olika genrer har lite olika förutsättningar. (utdrag ur intervju 3 med Prefekt 9/11/2015 14.30)

Undervisning i arrangering och komposition fortlöper under hela utbildningen. Studenterna komponerar många olika typer av låtar och arrangemang åt alltifrån jazzensemble till stråkkvartett. De lär sig att skapa egna ljud med hjälp av synthesizers och mjukvaruprogram. Kompositionsbitarna i kurserna inkluderar att skriva beställningsverk

för film och reklam men också att skriva utifrån ett eget konstnärligt uttryck. Studenterna skriver även musik tillsammans med varandra och får olika roller i dessa projekt där de till exempel ska tonsätta en medstudents text eller arrangera någon annans låt. I de flesta fall är det just rollen som kompositör/arrangör som studenterna har under större delen av utbildningen. I intervjun med studenterna uttryckte de att de sökte sig till just den här utbildningen på grund av att det var en musikhögskola och att kandidaten var på konstnärlig grund istället för vetenskaplig. De berättade om hur utbildningen skapat utrymme för dem att växa musikaliskt och hitta sin musikaliska identitet eftersom de får prova på så mycket olika genrer och sättningar att komponera och arrangera för. När de pratade om olika producentroller så uppstod följande dialog:

Student 2: Fler och fler producenter nu är ju duktiga på det där också (pekar på lappen komposition) ... som tex Max Martin som jag tänker har väldigt bra kunskap inom att skriva låtar och att det också är mycket därför man väljer honom. Att man vet att man typ får en hitlåt om man väljer honom... Olika producenter har olika profileringar. Sen har vi Quincy Jones som bara 'Bam'... hur han arrade Michael Jacksons låtar och allt vad han har gjort. Men det var också det som gjorde väldigt mycket att dom låtarna blev så fantastiska, just arrangemangen. Så alla har kanske sin, alla producenter kan ju inte allt.

Student 1: Men ska man säga att idag har det blivit mer att en producent också är en låtskrivare?

Student 2: Mer och mer tror jag att det är så.

Student 1: För vi pratade ändå om produktion. Och jag tyckte det var så intressant att du bara 'Ja, det här, komposition, yes, det är det här som är max martin'. Det är ändå rätt coolt att det kändes självklart, men varför gör det när vi pratar om produktion? Alltså producentrollen. Det kanske är för att det har blivit mer självklart att man ska kunna skriva låtar i någon mån. Ha liksom den feelingen för hur en bra låt ska vara. För annars blir det ju, om det nu handlar om att göra sitt brand, även om Max Martin skulle vara en skitduktig producent, så skulle han inte vara lika stor om han inte kommit med massa hitlåtar. Så han måste vara bra på det, eller i alla fall veta vilka han ska koppla in för att det ska bli bra. Det är intressant. (utdrag ur intervju 1 med studenter 20/10/2015 12.30)

Detta förde samtalet in på skillnaden mellan digital komposition och den traditionella bemärkelsen av komposition där det handlar om att komponera ett verk eller en låt till skillnad från ett track. De förklarade att någon som komponerar ett track, dvs en digital musikalisk bakgrund, kallas för tracker.

Student 3: Man blandar ju också väldigt ofta in yrket tracker i producentens roll. För nu idag är ju att en producent kan få ett leadsheet av sångmelodi och göra en låt av det här. Sen måste man göra 150 spår av det, såklart är det arrangemang och komposition, med melodier och grejer och allt det där. Men då är det för en väldigt stor del att man är tracker och så, då kan man undra igen, vad blir skillnaden mellan produktion och tracking?

”Vad menar du när du säger tracker?”

Student 3: Någon som gör tracks. Jag vet inte riktigt vad en tracker gjorde förut, jag vet inte om dom var inspelningstekniker.

Student 2: Det känns också som en ny grej.

Student 3: Det har funnits men det är möjligt att det var mer inspelningstekniker förut som var tracker. Det är en ganska luddig grej. (utdrag ur intervju 1 med studenter 20/10/2015 12.30)

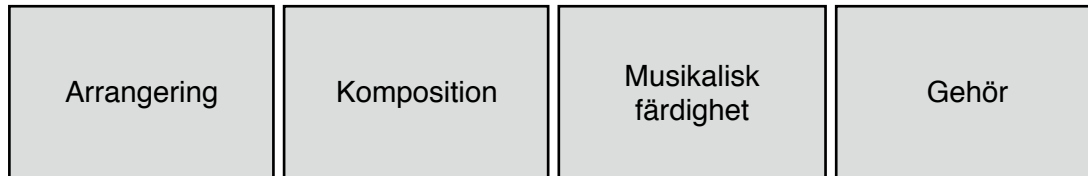
Här uppstår nästan ytterligare en roll som angränsar den här rollen, som är mer musikaliskt inriktad, till nästa roll som är mer tekniskt inriktad. Just arrangering och komposition förenar musiken och tekniken eftersom man kan komponera och arrangera både musikaliskt och tekniskt.

Sammanfattning

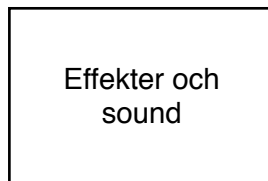
Rollen som kompositör/arrangör grundar sig mest på kunskaper inom det musikaliska området. Producenten är aktiv i beslut som har med komposition och arrangering att göra och är ofta med och skriver materialet som ska spelas in. Beroende på genre kan även producenten fungera som bandledare ifall artisten inte har ett eget band alternativt vara den som komponerar bakgrundsmusiken i datorn. Rollen inkluderar alla de kunskaper som hör till delområdet musikalitet samt en frän teknik och två ur sinne för branschen. Även tre av de nya kunskaperna som föreslogs av intervjuobjekten sammanfaller med den här rollen.

Kunskaper

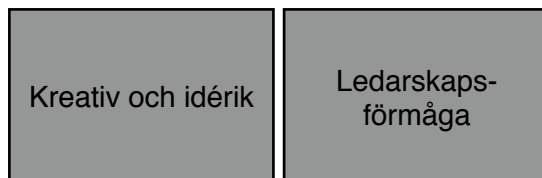
Musik:



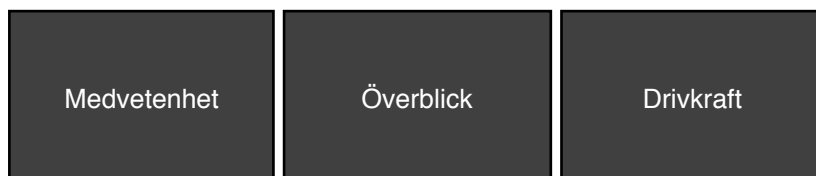
Teknik:



Sinne för branschen:



Övriga:



3.3.2. Musikproducenten som tekniker

Fall Yrkesverksam

Producent A la kunskaperna *inspelningsteknik* och *kunna utrustningen* allra högst upp när han rangordnade vilka kunskaper som är viktigast för en musikproducent att ha. Han berättade också att det är därför han själv inte jobbar lika mycket i den här producentrollen längre. Han motiverade såhär:

Det här är tekniknörden och såhär ”Jag är intresserad av att vi ska sitta och prata om en kompressor en halvtimme”. Är man inte intresserad av såhär ”Vad har du för gear?” då orkar man inte vara musikproducent. Då är det bättre att man bara är låtskrivare som dyker in och skriver en topline. Men om du ska sitta tolv fjorton timmar om dagen och stirra i en burk och vrida på kompressorer och sitta och skära i en snare då måste du vara intresserad av det här annars pallar man inte liksom. (utdrag ur intervju med Producent A 19/10/2015 17.00)

Att komma från en teknisk bakgrund som musikproducent har många fördelar. För det första har de en bättre överblick över vilka möjligheter som finns i en studio och hur de kan komponera och arrangera med hjälp av tekniken. Teknik kan möjliggöra den konstnärliga processen i studion och öppna nya dörrar om artisten har kört fast rent musikaliskt. Producent B berättade hur han själv kom från en musikalisk bakgrund från början men att varje gång han skulle spela in åt någon artist i studion undrade vad som hände på andra sidan glaset i kontrollrummet. Han lyfte också fram en intressant aspekt i att producenten i rollen som tekniker ibland inte har utrymme att tycka till om eller vara delaktig i det som sker musikaliskt, men med hjälp av teknik kan man ändå vara med i den kreativa processen.

Ok, nu ska jag spela in flygel här, det är skitkul, men jag är mer intresserad av vad som händer där inne. Där börjar det här intresset väckas att nu spelar jag in piano och det låter jätte grymt, men man kan ju eq:a lite och lägga på ett reverb, man kan till och med lägga på ett delay så blir det en helt annan grej. Vad händer om man gör det på sången och så alla dom här tankarna som en producent har väcks till liv. Där skiljer sig mycket tror jag, mellan arrangör och producent. En arrangör lyssnar på pianot och tänker, den där rundan skulle varit en gång till då hade det blivit bra. En producent kanske tänker om jag gör såhär med den rundan så kommer den att kännas bättre. Som producent har du inte alltid alla möjligheter att ändra på allting, du kanske inte kan ändra på arrangemanget. Du ska bara spela in det, producera det och hitta alla instrument och sånt. Det är inte säkert du kan ändra på alla musikers performance tex. Du måste hitta på grejer med det du har fått... Därför var det intressant tycker jag hur man kunde få någonting som inte var perfekt, ett pianospel tex, mitt eget, kanske inte var perfekt men om jag gjorde såhär så blev det magiskt liksom. Det tror jag startade den här pillgrejen, att ’vänta nu, jag kan faktiskt använda mina tekniska grejer till att vara ännu bättre’. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Rollen kräver ett bra gehör som inte behöver vara kopplat till musikteoretiska termer utan kan vara mer inriktat på tekniskt lyssnande efter saker som t.ex frekvenskrokar, fasfel, digitalt brus eller dist under inspelning. Producent D påpekade att det kan vara en resonanstön i virveltrumman som ligger och stör ljudbilden och att gehör är en avgörande kunskap för att kunna identifiera och kunna åtgärda detta. De tekniska kunskaperna bedömdes som lättast att lära sig, däremot lyfte Producent B fram att det finns vissa tekniska aspekter som har mer med känsla att göra än kunskap. Man kan veta vad en knapp eller spak gör men att kunna använda den i ett musikaliskt sammanhang så att den lyfter

eller skapar är något helt annat. Just den känslan kan vara vad som skiljer en vanlig inspelningstekniker från en producent i rollen som tekniker. En inspelningstekniker kan kolla på mätarna och se att allt ser rätt ut medan producenten som tekniker kan höra och känna vad låten behöver rent tekniskt för att fungera bra och vet vägen dit. Därför inkluderas även *känsla för vad som funk* och *kreativ och idérik* i den här rollen. De musikaliska kunskaperna har i vissa genres flyttat in i datorn och blivit mer tekniska.

En person som jobbar med film och med beats och med tracks kanske aldrig lyfter fingret och trycker på en gitarr men den använder gitarrer hela tiden. Han bara ringer någon kille som är grym på gitarr och så bara spelar han in en gitarr så får han filerna och så är det klart. Så han behöver ju inte kunna nånting utan mer ha en känsla för vad som kommer att funka. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

De producenter som verkar i den här rollen är ofta med och mixar slutresultatet, ibland tillsammans med en separat mixningstekniker.

Jag mixar ju jättemycket till artister där materialet är färdigproducerat där det bara mixas klart... om jag kan göra deras material bättre, ge det sin fulla potential, städa av det, cleana upp det, bara göra bilden tydligare, du vet, skarpere färger, nyans, sista pusselbiten. Ibland kanske man måste hjälpa producenten att få klart den där idén. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

De kan även stå med som medproducent jämte någon av de andra rollerna där de kan ha fungerat som inspelningstekniker men varit mer delaktiga i den kreativa processen än vad som är vanligt för en inspelningstekniker.

Fall Utbildning

Producenten som tekniker är den roll som får mest fokus i början av utbildningen. Redan första veckan på utbildningen dyker de rakt in i ljudteknik och inspelningsprogram. Fortlöpande under hela utbildningen behöver de axla rollen som tekniker, ibland i sina egna produktioner och ibland i form av att producera eller spela in musik som en medstudent komponerat. De lär sig inspelningsprogrammen Logic Pro, Pro Tools och Ableton och får undervisning i att hantera mixerbord som SSL Duality. De får agera inspelningstekniker i genrer som jazz och klassisk musik men även i sina egna produktioner med varierande genres. De får ljudlägga miljöer och jobba med ljuddramaturgi till rörlig bild utifrån ljudbibliotek men även komponera och spela in filmmusik. Studenterna uttryckte dock i sina intervjuer att på grund av att man inte behöver några tekniska förkunskaper för att bli antagen till utbildningen så är den här rollen inte lika självklar för alla. Många håller sig istället till rollen som kompositör/arrangör vilket de menar blir ett problem eftersom det blir svårt att ta sig fram i branschen om musiken inte låter professionell rent tekniskt. Eftersom teknik är så lättillgängligt idag kan vem som helst producera en demo som låter okej men om man ska få producentjobb behöver man producera något som låter riktigt bra. Följande två citat kommer från två studenter som är fördjupade i bland annat den här producentrollen:

Student 3: Ja när jag producerar är mixning och mastring en del av produktionen, i alla fall mitt sätt att jobba. Och jag tror att det har blivit mycket vanligare. Men man har ju hört förut att bra

producenter verkligen inte hade nån koll alls på såna grejer inte ens, och att dom behövde en studiotekniker som styrde grejer så det blir ju svårt när man inte specifikt ringar in vilken typ av producent, i vilket sammanhang.

Student 1: Ja alltså jag har ju tänkt inom mitt eget område när vi svarade insåg jag nu, att då har jag känt att dom här är väldigt viktiga (effekter och sound, mixning och mastring) för att det liksom tillhör vår genre, alltså elektrogenre. Och då blir det såhär... att har man inte dom här grejerna klart för sig så blir det inte så mycket bra musik... för det är så databaserat, digitalt baserat... Ibland kan ju soundet vara väldigt beroende på musikstil... vi har det här bandet, det här countrybandet tex, dom låter såhär när dom lirar, det är så det ska låta på skivan, nice. Medans typ en annan artist så är själva grejen liksom att 'Okej, vi har inget sound, vi måste hitta ett sound. Vad ska vara soundet?' Alltså det måste ju i så fall om man är en sån typ av producent och håller på med den typen av musik där soundet liksom ska hittas på något vis. Det måste man kunna vara med i tycker jag då. Det måste vara en del av ens special kapaciteter, att kunna hitta något. Då blir det liksom en del utav det här, soundet är en del av arrangering och komposition. (utdrag ur intervju 1 med studenter 20/10/2015 12.30)

En stor progression sker under den första terminen när studenterna får lära sig de tekniska kunskaperna. De kan gå ifrån att fundera på hur de ska spela in virveltrumman på en lämplig nivå till att istället lyssna efter om virveltrumman överhuvudtaget är nödvändig i sammanhanget eller inte. Att lära sig den tekniska aspekten var också en av anledningarna till att studenterna i intervjun valde att utbilda sig inom musikproduktion istället för att gå rakt ut på marknaden och söka jobb. På skolan får de tillgång till inspelningsstudios och utrustning som är dyr att inskaffa på egen hand. De får utrymme att testa mycket själva och lära sig genom att göra misstag i en säker miljö. Att göra tekniska fel i ett jobbsammanhang kan kosta extremt mycket tid och pengar och ge upphov till en osäkerhet hos övriga involverade. En producent som kan utrustningen skapar en trygghet i studion för artister och musiker.

I intervjun med studenterna framkom en intressant diskussion om producenter som skapar sitt eget sound med hjälp av teknik. Med utgångspunkt hos artisten Veronica Maggio, som har haft olika producenter på sina album, så startades följande diskussion:

Student 1: Det hörs att det är han, det är intressant tycker jag. Med vissa producenter hör man att.. Oscar Linnros liksom, man hör att det är han. Förstår ni vad jag menar? Att man liksom... ja!

Student 3: Det är så intressant att man kan tänka sig att det blir så när en artist bestämmer att 'Shit jag vill ju göra nånting åt det där hållet så därför tar jag in den personen'. Man vet ju inte om det inte hade blivit det där soundet utan just den producenten. Att hon kanske hade bestämt sig, inte såhär konkret kanske, men 'Jag vill göra Christian Walz soundet'. Men en annan producent hade kanske också blivit det, det vet man ju inte, vad som är orsaken till det där.

Student 1: Vem som har tagit besluten menar du?

Student 3: Ja eller typ varför det faktiskt låter som Christian Walz.

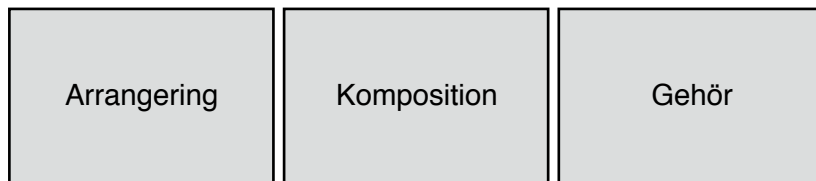
Student 1: Absolut, man kan bli så filosofisk, men Christian Walz har etablerat det här soundet och det är det som blir termen för det typen av soundet. Att det blir ett Christian Walz sound, sen om någon annan kan replikera, kopiera det, så absolut. Men det är fortfarande Christian Walz sound. (utdrag ur intervju 1 med studenter 20/10/2015 12.30)

Sammanfattning

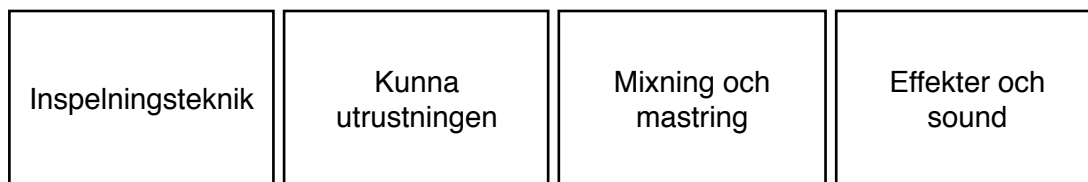
Musikproducenten som tekniker innebär att man bär ett större tekniskt ansvar och är mer närvarande i val av mikrofoner, inspelningssätt och sound. Ofta fungerar man som ett komplement till artisten där artisten står för det musikaliska och producenten förverkligar detta genom teknik. Man kan fortfarande ha en inspelningstekniker till hjälp men har ofta fler synpunkter och infallsvinklar under den tekniska processen i jämförelse med de övriga producentrollerna. Tekniska musikproducenter använder gärna tekniken som sitt instrument för att skapa. De kan spara in många timmar i studiosammanhang eftersom de vet vad som är tekniskt möjligt och kan förutse och planera runt tekniska svårigheter.

Kunskaper

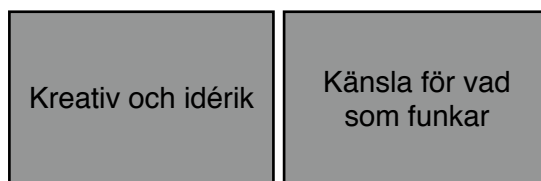
Musik:



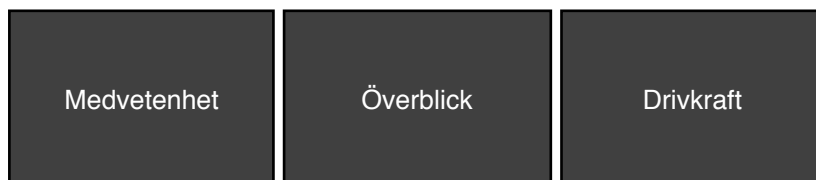
Teknik:



Sinne för branschen:



Övriga:



3.3.3. Musikproducenten som ledare

Fall Yrkesverksam

Den här rollen var den som framträdde tydligast. I den här rollen är producenten ledare för den kreativa, praktiska och tekniska och processen. Producent C pekade på alla kunskaperna inom området sinne för branschen och sa:

Alla dom här grejerna skulle ligga gärna kunna vara Ericssons toppstyrelse som bygger mobiltelefoner. Du kan vara chef på ett företag, lagledare i ett fotbolls lag, då ska man också ha dom här, coaching av artisten, kreativitet och idérikedom, ledarskapsförmåga och känsla för vad som funkar. (utdrag ur intervju med Producent C 10/11/2015 13.00)

Det man saknar inom musikalitet eller teknikkompetens behöver man kompensera upp med hjälp av bra ledarskap. Ledarskapsförmåga innebär bland annat att kunna ta in vad som sägs i rummet och om det innebär att i vissa lägen behöva peka med hela handen så måste man vara beredd att ta det obekväma beslutet.

Jag märker att min kompassnål snurrar hejvilt åt alla håll när jag håller på i stunden... när jag jobbar som musikanter t.ex i en orkester så kan jag komma in i ett rum där det sitter 70 musikanter så kan jag känna i stort sett hur alla känner för arbetsuppgiften. Och det tror jag är en viktig egenskap som ledare, att man tar in saker och ting, hur det känns i rummet och sen tar beslut utifrån det så att man inte går in och har en bestämd uppfattning att såhär ska det här bli, utan jag måste ta in och rikta in kursen efter dom jag jobbar tillsammans med... jag måste ha förmågan ändå att ta beslut åt vilket håll vi går även om det är 6 personer i rummet som tycker att besluten är förkastliga på något sätt. (utdrag ur intervju med Producent C 10/11/2015 13.00)

Detta innebär att man behöver vara okej med att alla inte håller med en och att de i vissa fall kanske inte tycker om en på grund av de beslut man fattar. Att vara omtyckt är inte alltid en indikation på bra ledarskap, tvärtom kan någon följa en bara för att de tycker om en och märka långt senare att de hamnat någonstans där de inte alls vill vara. Empatiförmåga lyfte Producent C fram som viktigt, men han påpekade också att det finns många chefer för stora företag som är totalt oempatiska och kan sparka hela Arboga på förmiddagen och ändå lägga sig på kvällen och känna att de har utfört ett gott dagsverke. Vikten av att ha en tydlig vision poängterades av flera av producenterna. Om man har en klar vision är det lättare att ta obekväma beslut eftersom de fattas med visionen i åtanke. Producent B använde pussel som metafor. Som ledare för produktionen behöver du först identifiera vilket pussel som ska läggas och sedan se till att rätt bitar hamnar på rätt plats.

En pusselbit passar aldrig in någonstans förutom på rätt plats. Den är alltid fel, den är alltid i vägen, den är ju bara fel tills den hittar sin plats. Så egentligen har alla pusselbitarna lika mycket potential att passa in om de är från samma pussel, men hamnar dom inte rätt så kommer dom aldrig att vara i funktion. Ibland är fel pusselbitar i fel pussel och om vi ska göra ett kattpussel, så hittar man massa fel pusselbitar, då behöver man säga 'nej, vi ska inte ha dom här, det är fel låt'... det är en klockren poplåt, det är pop rakt av, alla får ett leende på läpparna när låten börjar, när du sjunger första versen, allt flyger, det känns kanon. Och sen så börjar vi blanda in dom här färgerna helt plötsligt. Det blir helt fel. Jag tror inte vi ska gå det hållet. 'Jo, men det är skithäftigt att blanda in lite funk här' man bara 'Nej nej nej, titta på publiken som står och sjunger den här låten, du äger dom fram till hit, sen händer nånting, du vet, det känns fel.' Det är som om halva pusslet är lagt och vi håller på att se den här fina katten, sen bara händer något helt annat landskap. Man bara 'Det här stämmer inte'. Och potentialen till den här fina bilden eller vad det nu är för något, den förstörs liksom. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Producenten som ledare är ansvarig åt flera håll och i flera led. Man är ansvarig gentemot artisten i att förverkliga deras önskemål, man är ansvarig gentemot ett skivbolag som ställer yttre krav och man är också ansvarig för alla som jobbar i produktionen som deras arbetsledare.

Du måste kunna prata för artisten, motivera att det här tror jag, gå upp till ett skivbolag och säga när någon frågar dig 'Hur kan vi göra det här?'. Då ska du kunna svara och kunna hålla ett möte med fem pers och förklara varför du tycker som du tycker. Man måste kunna sånt också, vara en ledare, veta vägen ur en svår situation, kunna guida, coacha när det blir tufft, kunna pusha när det blir bra och så vidare. Vara en ledare i det på något sätt. Kreativ och idérik, alltid ha en lösning, alltid våga testa nytt, alltid vara den som går ett steg till när alla andra är nöjda, drivande hela tiden. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Praktiska saker som att hålla möten, pitcha idéer, måla upp visionen och driva projektet framåt är alla saker som ingår i arbetsuppgifterna. Producent A pratade kring kunskapen komposition och belyste den från ett praktiskt håll istället för från ett musikaliskt och menade att detta är något som en ledare behöver kunna.

...så skulle jag vilja säga komposition, alltså över hela plattan, liksom hur man får ihop hela idén. Det kan ju vara komposition av det visuella också. Av hela konceptet. Vad vill du säga på den här skivan? 'Ja men jag vill prata om efterkrigstiden, jag bara känner att det är viktigt'. Okej, alla låtar måste ha ett ID från det du vill prata om, både textmässigt och allting... kompositionen är kanske hur omslaget speglar det, hur marknadsföringen speglar det, hur videorna speglar det. De tre sakerna man säger i alla presskonferenser och intervjuer. Ha en övergripande bild, hålla artisten lycklig, ha förmåga med skivbolaget eller den man jobbar med att hålla budget, ha mycket nya öppningar på ämnet och en känsla för att vi håller oss inom ramar som folk förstår. (utdrag ur intervju med Producent A 19/10/2015 17.00)

Det här med att veta att man håller sig inom ramar som folk förstår visar på att producenten behöver känna sin marknad. Man behöver veta vilka som är målgruppen och veta hur man får hela projektet att jobba mot den.

Jag tänker snarare när jag sjösätter en låt: vem ska köpa skivan? Och så utgår jag från urkunden, hur slutkunden ser ut. 13-årig knubbig tyska med tandställning som ska stå och hoppa i takt. Om man kan definiera det kan man ju ta fram musiken och ta fram känslan därifrån. (utdrag ur intervju med Producent A 19/10/2015 17.00)

Fall Utbildning

Under den första intervjun med studenterna ställde någon lite trevande frågan vad som menades med ledarskapsförmåga, om det betyder att man styr och ställer. Följande utdrag är taget från den diskussionen:

Student 2: ...det är typ om man är producent på en film eller nånting, då är man den som ser till att allting flyter på, allting blir gjort. Att det blir en film och den blir bra... och den här (ledarskapsförmåga) är ju väldigt mycket det, det här är typ som att va regissör för en film för att man är kreativ ledare för den här skivan som ska göras. Och dom beslut som ska fattas hamnar oftast på en själv... man har på något sätt sista ordet, förutom artisten... men man är ändå ansvarig för att det blir bra på något sätt.

”Ibland kan ju ledarskapsförmåga vara att backa.” (intervjuaren)

Student 2: Ja! Och låta dom som är grymma på, för det är ju väldigt mycket som en regissör gör att... du är smink och jag har valt dig på den positionen av en anledning så att den kan fokusera på exakt det den ska göra liksom. Det är ju också nästan det viktigaste med ledarskap, att inte lägga sig i allt och alla och vara kontrollfreak.

Student 1: Veta vart man ska kliva in så ser jag det på just ordet förmåga, att kunna vara ledare när det behövs. Ha det i sig naturligt men också veta, en ledare vet när man behövs och inte behövs. Om man är en bra ledare.

Student 2: Man är bra på att fördela uppgifterna som man själv inte behöver göra så mycket.

Student 1: Delegera. (utdrag ur intervju 1 med studenter 20/10/2015 12.30)

Detta resonemanget liknar mycket det jag hittade i fall Yrkesverksam. Ledarskapsförmåga är en kunskap som de sökande till viss mån måste besitta innan de blir antagna till utbildningen eftersom ett av antagningsproven riktas mot att testa just detta. Studenterna får undervisning i musikaliskt ledarskap genom dirigering och ensembleledning och får även leda inspelningsprocesser rent tekniskt i verkliga studiosammanhang med professionella musiker. Flera gånger under kursen jobbar de i projekt, ibland hela klassen tillsammans och ibland i mindre grupper. De behöver då jobba med bitar som vision, syfte, handlingsplan, tidsplan, budget etc och tränas i att kunna leda både praktiska och konstnärliga processer. Eftersom programmet vilar på konstnärlig grund så genomförs även examensarbetet på konstnärlig grund. Under examensarbetet ska studenterna genomföra ett konstnärligt projekt inom önskat fördjupningsområde i musik- och medieproduktion där de själva är ledande och drivande. En viktig lärdom under examensarbetet är att man behöver kunna leda sig själv. Hur ska man någonsin kunna leda andra människor om man inte först kan leda sig själv? Detta är något som studenterna får jobba mycket med inom utbildningens relativt trygga miljö där misstag och snedsteg inte är lika kostsamma som i yrkeslivet. De lär sig även under utbildningen att kontinuerligt jobba mot deadlines genom diverse examinationer och inlämningar.

Sammanfattning

Musikproducenten som ledare innebär precis vad titeln indikerar, att leda produktionen. Först och främst behöver producenten kunna leda sig själv och ha en övergripande vision. I alla beslut behöver man besvara alla frågor utifrån om de främjar eller hindrar visionen för att fortsatt hålla kursen framåt. Producenten behöver vara bekväm med att fatta svåra beslut även om alla inte håller med till förmån för visionen. Ju mer kunskap man har inom andra områden desto bättre, eftersom det är lättare att leda människor i sysslor som man själv förstår. Ju mindre kunskap man har inom musik och teknik desto bättre ledarskapsförmåga krävs för att kompensera. En ledare som inte har någon förståelse för teknik kommer t.ex ha svårare att förstå om tekniska problem skjuter fram en inspelning några timmar och behöver därför ha kvalitéer som kan leda alla involverade genom detta på ett tryggt sätt. Ledarskap kräver olika kvalitéer och kunskaper i olika sammanhang och är beroende av vem det är man leder. En bra ledare kan anpassa sitt ledarskap till situation och person och bedriva så kallat situationsanpassat ledarskap. I rollen som ledare är det producenten som ytterst sett leder och fattar besluten i både den kreativa och praktiska processen. Många av de kunskaper som objekten själva föreslog hamnar under den här rollen.

Kunskaper

Sinne för branschen:

Coaching av artisten	Ledarskaps- förmåga	Känsla för vad som funkar	Kreativ och idérik
-------------------------	------------------------	------------------------------	--------------------

Övriga:

Överblick	Medvetenhet	Vision
Administrations förmåga	Drivkraft	Social och emotionell intelligens

3.3.4. Musikproducenten som coach

Fall Yrkesverksam

Producent A, som jobbat med många internationellt kända och framgångsrika artister, lyfte fram att coachning av artisten är viktigt och att artisten måste hållas glad. I den här rollen är likabilityfaktorn viktig eftersom mycket bygger på att vara omtyckt och ha en bra relation med artisten. Jobbtillfällena i den här rollen skapas genom att vara ute och träffa folk i branschen och knyta kontakter och behöver inte nödvändigtvis bygga på tekniska eller musikaliska kunskaper i studion. Producent C berättade att han som kapellmästare i livesituationer behövt axla den här rollen. Som kapellmästare har man dels rollen som arrangör/kompositör men har också ett ansvar att förverkliga artistens idéer och kunna kommunicera dessa till bandet. Man har artistens rygg inför bandet och bandets rygg inför artisten och blir en sorts mellanchef. Producent B belyste att det ligger mycket psykologi i att vara producent när man jobbar med artister.

Det är inte att alla artister lever i misär, men väldigt mycket är känslor. Väldigt mycket är dagsform och vilka instagram likes man har och hur förra singeln gick och sådär. Och det blir ju att ibland är det en bra dag och ibland är det en dålig dag och ibland så tryter självförtroendet vilket är helt ok. För mig är det helt ok att någon kommer hit och känner sig låg. Det är naturligt med den pressen som man utsätter sig för om man är på en känd nivå eller offentlig person. Så det kan vara en löpsedel på morgonen och sen ska du in och sjunga i studion liksom. Det är inte alltid jättelätt. Så jag förstår och respekterar absolut dagsformen som man har men jag tror att det är extremt viktigt som producent att ha sin agenda klar för vad är det vi ska göra idag. Vad behöver jag? Om det tar två timmar eller tio timmar, vad ska ha hänt idag? Sen är det tyvärr inte så lyxigt ibland att man kan säga att det tar två timmar eller fyra timmar utan ibland tar det tolv timmar. Bara för att det är som det är i den här branschen med saker som händer osv. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Han belyser att det är viktigt att ha en agenda. För att artisten ska kunna få utrymme att vara sig själv och skapa på sitt sätt krävs en agenda och en handlingsplan från producentens sida för att nå en färdig slutprodukt. Producenten behöver ha en tidsplan över vad som ska åstadkommas och när. Om en sådan finns skapas utrymme för att kunna vara flexibel och ändå få ett bra resultat.

För har du en agenda så har du massa saker du kan börja med och så kan man känna av... 'Ok, personen mår kanon idag, rösten är bra och allting. Nu kör vi dom viktigaste, dom fetaste grejerna först så att det är klart'. Men om artisten är jätte trött och varit och gigat kvällen innan och var hemma vid fyra och här nio då vet man att 'Ok, han eller hon är supertrött, det kanske behövs två timmar att bara dricka te och snacka om du vet, livet' och först då så hör man att nu börjar det bli läge liksom. Om jag har min agenda klar och vet att det här kommer bli tajt så nu får vi vara snabba på slutet här men om jag inte har en agenda så vet jag inte om vi snackar två eller fem timmar kvar. Så jag tror att det är jätteviktigt att vara förberedd och ha en egen agenda så att man kan anpassa sig. För varje projekt är verkligen jätte annorlunda. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Det handlar om att på ett praktiskt sätt förverkliga artistens kreativa vision. Detta kan innebära att artisten även behöver coachning i praktiska saker som budget. Vissa artister har ingen förhållning alls till budget och vill ta in en hel orkester på alla låtar. Då är det producentens uppgift att kunna guida artisten åt rätt håll och komma med lösningar som

ibland blir kompromisser. Det är viktigt att kunna säga nej tidigt och komma med alternativ så att processen hela tiden går framåt trots att man stänger dörrar.

Säg att om dom sitter här och drömmer om orkestrar... dom drar referenser med Josh Groban eller något kanske. Man kanske tar det till en ärlig nivå och säger att det, Josh Groban, om man tar han som ett exempel, det är fantastiskt men ibland så får man faktiskt säga att 'Men han har en sångröst på ett sätt som du inte har, och han sjunger musik på ett sätt som du inte egentligen vill göra... du är fascinerad av soundet, men det han gör är egentligen inte det du kanske vill. Jag förstår att du kanske vill ha stråkarna och det, men jag tror att vi ska tänka om så att vi inte fastnar i det spåret därför att den artisten, den publiken, det sättet han gör det är egentligen inte det du vill tror jag. Utan jag tror att du är inspirerad av det så låt oss använda det bästa av det men göra vår grej liksom'. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

En annan viktig aspekt kan vara att hålla artisten i en härlig bubbla när det behövs. Producent B berättade om hur han gör ibland när han spelar in leadsång med en artist. Han spelar sällan upp det som spelats in för artisten direkt utan när allt är inspelat och klart och artisten gått hem sitter han kvar, ibland i flera timmar, och klipper ihop och fixar till sången. Nästa dag när artisten kommer till studion och vill lyssna på gårdagens inspelning kan han spela upp det och det låter riktigt bra. Artisten är nöjd och uppmuntrad och vill fortsätta med nästa låt. Jag frågade producenten om han säger något till artisten om att han suttit och jobbat med materialet och då svarade han nej. Artisten behöver inte alltid veta hur man kommer fram till resultatet, det viktigaste är att artisten är nöjd. Den här rollen behöver inte alltid axlas av huvudproducenten utan kan också vara en extra person i studion. Producent B berättade att precis som man tar in en inspelningstekniker så kan man ta in en kompanjon som coachar artisten.

Coaching av artisten tycker jag är såklart superviktigt. Sen kan man ibland ha med sig en kompanjon som är speciellt bra och har mycket mer tålamod kanske än producenten, kanske på att orka tracka vokaler i fem dagar på ett album som är extremt krävande ibland. Sitta timme in och timme ut och bara göra samma sak. Ibland tycket jag, för min del, att coaching där handlar ju om att bestämma sig många gånger för att göra det. Det är väldigt energikrävande ibland att bara nöta album sådär. Så där tycker jag att man kan behöva ha en extra part som också är väldigt bra på det här. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Fall Utbildning

Det finns inget specifikt i kursinnehållet som inkluderar den psykologiska eller coachande delen av producentrollen. Däremot tränas studenterna i att ge feedback och konstruktiv kritik till varandra eftersom flera av kursmomenten bygger på *peer learning*, kamratlärande, där de spelar upp kompositioner för lärare och medstudenter. Att kunna ge bra och konstruktiv feedback är extremt värdefullt som producent och är nödvändigt för att hjälpa människor runtomkring en att växa och prestera sitt bästa. Man behöver utveckla ett ordförråd och ett sätt att kommunicera på som är tydligt och uppmuntrande för att kunna driva processer framåt. Detta får studenterna tränas i både i form av att ge feedback kontinuerligt men också i form av att ta emot feedback från andra och applicera den.

Student 1: Det där med att bli bra på att kunna ta feedback och kritik. Det är också någonting som jag verkligen inte var bra på innan jag började här.

Student 3: Och att våga ge feedback också.

Student 1: Och vara ärlig liksom, vi har pratat jättemycket om det, klasskamraterna, att ju ärligare vi är, desto bättre egentligen.

Student 2: Idealiska skulle ju va om man liksom första dagen i ettan 'Ok allihopa, nu ska, ska vi bestämma här och nu att vad som än händer så ska vi alltid alltid alltid va ärliga, om nån frågar dig vad tycker du om det här så ska man alltid alltid säga vad man tycker och det får inte bli bråk på grund av det eller man får inte känna nu har du attackerat mig personligen'. Och om man skriver under på det redan från första början då kommer inget bli konstigt, och det är det som kan hända när det redan från början blir såhär att allt är, det mesta man gör är bra. 'Ja men det är bra', och sen ska man i trean börja vara ärlig eller nånting, då blir det väldigt skevt tror jag. Jag kanske är extrem på den punkten, men jag kan tycka att det har varit lite för trippande ofta... Ingenting har gett mig så mycket som när folk verkligen har sagt 'Det här, har du tänkt på det här eller det här tycker jag inte är tillräckligt bra eller nånting'. Då har jag ju blivit sur men det har varit en sån stor genväg för att få en bra produkt.

Student 1: Men det är inte bara det att det blir en bra produkt, det är ju nästan det största att det blir en bättre konst. Men jag tror att det också är skitbra att lära sig för att kunna jobba mot kunder sen.

Student 2: Man kan ju inte sen räkna med att dom kommer vara sådär 'Ja men det är bra, jätte fint', för dom kommer bara 'Nä men det här, det här kan vi inte köpa'

Student 1: Då måste du kunna ta det och du måste kunna inte ta det personligt utan verkligen 'Ja, ok, gött, jag fattar, var den den här synthen? alright, bra'.

Student 2: Ja, jätteviktigt.

Student 1: Kunna såhär, hantera det där på något vettigt sätt. (utdrag ur intervju 2 med studenter 24/11/2015 12.30)

Studenterna pratade mycket i sin andra intervju om hur de har fått enormt mycket värdefull kunskap genom att jobba i projekt. De har fått känna av synnergieffekten som uppstår när man tillsammans kan nå mycket längre vad individuella insatser kan sammanlagt. Man får lära sig att lämna plats åt andra i projektarbeten där någon annan kan få blomma ut på det han eller hon är bra på.

De kan också få rollen som coach när de fungerar som inspelningstekniker i någon av de större studiorna och spelar in en medstudent. Under studiodelen av kurserna i musikproduktion pratas det en del om hur man kommunicerar via talkback mikrofonen. Här får man automatiskt en coachande roll när det i många lägen inte finns någon separat

producent eftersom producenten är musikern eller inspelningsteknikern själv. Oavsett om det är teknikern eller musikern som är producent så behöver teknikern axla den här rollen till viss del. Inspelningsteknikern är den som hör helheten, styr medhörningen och trycker på record. Studenterna dividerade fram och tillbaka under den andra intervjun huruvida man borde bestämma vilken del man önskar få feedback på innan man spelar upp något. Om låten t.ex inte är färdigskriven eller om man ska lägga om sången eller göra om mixen så är det bättre att säga det först för att undvika att få utpekad en massa saker man redan är medveten om.

Student 1: På ett sätt kanske det är bra också att få kritik, för det här med att säga 'Ja, men jag vill ha kritik på mixen'

Student 2: Det är det jag har jobbat med liksom

Student 1: ...det enda man kan tänka är 'Ja, den här melodin alltså... eeeeh what?' eller den här texten eller alltså man vill ju gärna säga det då om det är det man tänker på, man kanske inte har så mycket att säga om mixen. Det kan ju bli lite fel om det blir att 'Jag vill bara ha det' för man kanske tror att, ja men det här är en skitbra text, ja fast det är helt grammatiskt 'out of the va?' liksom. Men så känner man att man inte kan säga det för personen har liksom..

"... inte öppnat för det"

Student 1: Ja, det kan ju bli lite fel. (utdrag ur intervju 2 med studenter 24/11/2015 12.30)

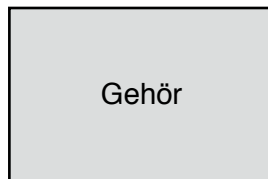
Det är med andra ord en svår balansgång. Man ska hela tiden coacha varandra till att bli bättre men vill samtidigt varken bygga ett tomt självförtroende eller knäcka någon i ett tidigt skede.

Sammanfattning

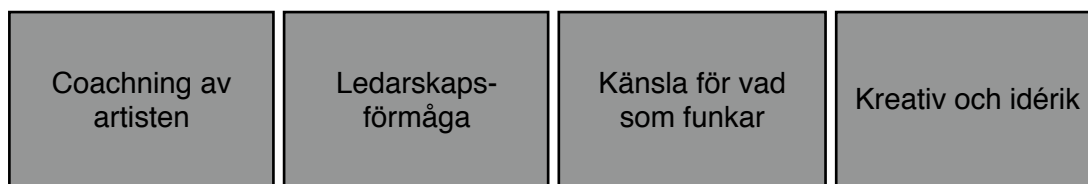
Musikproducenten som coach är en roll som utvecklas i samarbete med artisten. I den här rollen är det artisten som är drivande och har den kreativa visionen och de producenter som får den här rollen har oftast redan en befintlig relation med artisten. Man behöver ha en speciell förmåga att få fram det bästa hos andra människor. Det kan bland annat innebära att man etablerar en uppmuntrande atmosfär i studion som öppnar för kreativa idéer och personlig utveckling. Man är ofta omtyckt som person och lätt att jobba med. Eftersom rollen bygger på att coacha andra så behöver man inte själv äga mycket kunskap inom varken det musikaliska eller tekniska området men man behöver vara bra på att samla människor som är det omkring sig. Det är viktigt att ha en tydlig agenda så att man kan guida artisten och fatta beslut som ger ett färdigt resultat. Rollen behöver inte nödvändigtvis innehas av huvudproducenten utan kan spelas av en extra person i studion som känner artisten och som är med som medproducent. För att kunna coacha artisten åt rätt håll krävs i vissa fall ett bra gehör för att kunna avgöra vad som är bra och inte samt vad som fungerar för låten och inte.

Kunskaper

Musik:



Sinne för branschen:



Övriga:



3.3.5. Musikproducenten som entreprenör

Fall Yrkesverksam

I dagens samhälle vimlar det av musik och gratis streamingtjänster som ger tillgång till musik från hela världen vilket gör entreprenörskap till en allt viktigare faktor. Producent B uttryckte sig såhär:

'Ja, men jag vill bli artist så jag tänker släppa en låt.' Ok, det kan vi göra imorgon. Vi kan släppa en låt imorgon, vad är skillnaden då från idag till imorgon? Om vi skulle spela in låten imorgon och så mixar jag den skitsnabbt, lägger ut den på spotify, vad är skillnaden från idag och imorgon? Ingen. Din låt ligger på spotiofy, thats it. Det var den enda skillnaden. Det har inte hänt någonting, du kan inte marknadsföra dig, du har ingen promotion, ingen vet vem du är, ingenting av allt det som behövs finns ju där. Enda skillnaden är att du kan gå in på spotify och lyssna på en låt som ingen annan kan hitta. Så det är ju helt ointressant egentligen att släppa en låt, om du inte gör det andra. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Producent A lyfte fram att musikalitet och talang bara räcker en viss bit och sen tar andra komponenter vid som att vara en *hustler* och att vara *streetmart*. Vad innebär det? Man behöver ha en social förmåga, kunna snacka, vara modig och ta kontakt med människor. När man väl har fått någon att lyssna behöver man ha en plan, en vision och en förmåga att kunna måla upp visionen och få andra att vilja vara med. Man behöver kunna kommunicera sin vision och vinkla den till att låta bra i lyssnarens öron oavsett om det är en artist eller ett skivbolag man pratar med. Producent B använde sig av husbygge som en metafor. Många kunskaper som är lättare att lära sig, t.ex vissa av de tekniska, fungerar som en verktygslåda i arbetslivet. Men det är inte snickaren med sin hammare som som står och målar upp visionen för ett par som står med en gemensam husdröm och håller varandra i hand. Som entreprenör ska man kunna måla upp bilden av underplanet där barnen ska leka, altanen med grillplatsen och det stora sovrummet med egen balkong.

Jag använder rätt ord så att din vision blir ord, då betalar du gärna en halv miljon mer till mig än den som står med snickarbyxor och säger

- Jag kan bygga vad du vill, säg bara vad du ska bygga.
- Ja ok men jag vet inte riktigt, jag skulle vilja ha du vet den här gräsgrejen här.
- Ska den va nio eller tio meter?
- Alltså jag vet inte vad jag tycker är bäst.
- Ja nio meter är standard.
- Ja, ok då kör vi nio meter.

Han är ju bara mer teknisk än en som säger:

- Nej nej nej nej, tänk inte så med måtten alls, säg till mig vad du ser. Ska ni spela fotboll eller ska ni sitta och grilla? För fotboll så räcker inte nio meter, ni måste tänka längre. Vill ni springa med barnen här? Ja då gör vi något som är långt. Annars kan vi göra det stort och fyrkantigt med poolen, men då kan ni inte springa omkring. Ska ni springa omkring? Vad är visionen? Ska barnen ut och springa på gräsmattan, ja men då kan vi ju inte ha en pool, då får vi lägga poolen här så att barnen inte ramlar i.

Du bara 'Yes, absolut' och så helt plötsligt öppnar du plånboken. Det är klart jag tjänar mer pengar, det är inte mer med det. Jag har ju målat upp det som du drömmer om att få. Om du får det du drömmer om så betalar du gärna mer. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Samma producent använde även fysiska destinationer som metaforer. Om du drömmer om att åka till Thailand så behöver du planera, spara ihop pengar, köpa en biljett osv. Du kan

inte åka runt i Sverige i din bil, hur fräsch den än är, och tro att du till slut kommer att hamna i Thailand eller umgås med andra människor som har varit i Thailand. Som producent behöver man återigen ha en vision för att kunna veta vilka uppdrag man ska säga ja respektive nej till, annars hamnar man bara någonstans till slut. Producent B poängterade också att det inte är slutmålet som är det viktiga, utan delmålen på vägen. För när du kommer till slutmålet så är det just det, slut. Om man producerar en poplåt och det dyker upp häftiga rockinfluenser på vägen så tar dessa bara fokus ifrån vad det egentligen är du försöker göra. Lagg rockinfluenserna åt sidan ett tag och gör klart poplåten så kan du komma tillbaka till dem sen. Att säga nej till vissa uppdrag i karriären som producent till förmån för helhetsvisionen är nödvändigt eftersom vissa uppdrag kommer leda åt ett håll som du egentligen inte vill till. Det är farligt att bara låta karriären driva dit vinden blåser.

Producent A hävdade att för mycket musikalitet inom popgenren idag t.o.m kan vara ett ok eftersom alla vill låta som en dator. Han berättade att det handlar om så mycket mer än bara musiken.

Just det här med de fantastiska läggningarna och en stark harmonik och fantastiska språng i melodin och sånt, det efterfrågas inte. Om det skulle komma skulle folk kanske börja tycka om det men vi lever i trender och vi är flockdjur och vi liksom dras åt.. Nu ska Håkan Hellström spela på Ullevi då köper folk 180 000 biljetter, det är inte ens någon som ifrågasätter om Håkan Hellström är bra över huvudtaget. 'Vi måste se Håkan Hellström'. Så är det lite med musik också, just nu är det en svag musikalitet inom musikbranschen... Framförallt så tror jag att musik idag är ju liksom ganska liten del av hur man får saker och hända för folk är inte såhär 'Åh, undra vad dom ska göra på platta tre' och liksom 'Undra vad dom ska ta för ackord här?' utan musik är ju ganska mycket idag en fråga om hur man paketerar någonting... är Avicci liksom bara en smart marketing strategi med ett häftigt namn som funkar och en uttrullningsplan som har musik till sig? Kunde vem som helst ha varit Avicci? Kunde vem som helst ha varit i mallen runt Britney (Spears) eller var det Britney som var unik eller var det marknadsplanen runt Britney? ... jag vill att alla unga musikanter ska bli makthavare. Makthavare över sin egna karriär och sin egna talang och förmåga. (utdrag ur intervju med Producent A 19/10/2015 17.00)

Han lyfte fram att om han valt att gå en formell utbildning idag skulle han valt Handelshögskolan och inte någon utbildning inom musikproduktion. Om man bara fokuserar på musiken och tekniken hamnar man lätt i handen på andra människor som tar ens pengar och ens möjligheter när man själv skulle kunna ha hela kakan. Om man som producent är en entreprenör behöver man ha bra koll både på vad alla andra gör och vad som funkar just nu samtidigt som man måste göra sin egen grej. Man kan inte vara i behov av en klapp på axeln från branschens "förståsigpåare".

Om det inte går att hitta på nätet... 'how to produce a huge volcal sound' tex... om du inte kan googla fram det, det inte finns femton tutorial videos utan du är inne på någonting som är svårt att definiera, svårt att hitta, det brukar vara bra. Och om du vänder på tanken så tror jag det är många som sitter och 'Skit också, det är ingen annan som gör såhär, jag borde nog tänka som dom', jag har lärt mig tänka precis tvärtom. Om ingen annan gör det här då har jag lyckats med den här grejen... Om alla springer höger så har jag sagt till mig själv att då ska jag definitivt kolla vänster... om alla andra kollar på det här och går till höger då betyder det att ingen annan ser vad som händer på vänstersidan. Jag vill definitivt veta vad som händer där borta så jag inte missar, men jag tänker att jag inte lägger allt mitt fokus dit, utan jag vill definitivt hålla mig på vänster sida för att se vad som finns där som just nu alla missar, som när dom tittat klart på höger sida kommer till vänster och då har jag redan vart där... Jag tycker hits är farligt ibland. Du vet alla är på hitsidan och kollar och gräver och alla ska göra som alla andra och så tänker man 'Jag ska också göra så som dom fyra låtarna på billboard' och så inser man inte att dom fyra

låtarna gjordes för ett år sen, minst. Ibland ännu längre sen så hade dom producenterna dom här idéerna. Nu är dom ute, så om jag börjar nu så kanske det är ytterligare ett år innan det blir verklighet. Så det betyder att jag är två år efter i sound istället för att bara skita i vad som händer där och leta efter något som inte händer och göra det all-in, fullt ut, tro på det, göra det grymt bra. Så troligtvis så kanske, om du har tur och är skarp, så har du gjort det som kommer komma som nästa hits liksom. Det är väldigt väldigt farligt tycker jag att bara fokusera på det som händer nu. (utdrag ur intervju med Producent B 10/11/2015 13.00)

Man behöver vara en kreatör och en visionär som skapar någonting som folk inte vet om själva att de vill ha ännu. Producent A tog sig an ett extremt musikaliskt duktigt band för ett par år sedan för att hjälpa till med just paketeringen och marknadsföringsdelen. Han berättade hur han fick ta till en del knep för att få det att funka, trots att bandet rent musikaliskt sett var långt över de flesta andra band på marknaden. Resultatet blev att bandet t.o.m lyckades mynta en egen genre genom sin musik på grund av den hjälp som producenten kunde erbjuda som entreprenör i sammanhanget. Som entreprenör behöver man ha en stark drivkraft och alltid drivas av att konstant göra saker bättre, bättre än sig själv och bättre än alla andra. Producent B tog liknelsen att sköldpaddan alltid vinner över haren och drog parallellen att målmedvetenhet alltid kommer att vinna över talang. Den som endast har talang får svårt att dicsiplinera sig själv, vara uthållig och ta sig någonstans och sitter till slut hemma med sina beats och undrar varför de inte har fått någon Billboard etta ännu.

Fall Utbildning

I utbildningen ingår en liten kurs i entreprenörskap men studenterna uttryckte att de önskade mer fokus på detta under utbildningen. De eftersökte mer branschkunskap inom områden som hur man hanterar skivbolag, musikförlag, hur mycket man ska ta betalt och juridiska problem. De uttryckte att de inte kände sig redo för att tackla den delen av branschen ännu.

Student 2: Alltså vi har ju entreprenörskap men vi har inte så mycket branschkunskap i det att såhär kan ett skivkontrakt se ut, dom här grejerna behöver du tänka på om en sån här person kontaktar dig. Eh, varför ska man ha ett förlag och inte ett skivbolag? alltså allt sånt som liksom har med popvärlden, på ett sätt, eller det är ju inte bara popvärlden, det är ju reklamfilmsmusik och allting där man ska jobba mot ett förlag/skivbolag etc. Och försöka att inte bli blåst.

Student 3: Beställningsverk.

Student 2: Beställningsverk, vad tar man betalt, hur, allt det där. Alltså möta den branschen, känner man sig väldigt sådär, oj, lite oförberedd på. Så det hade varit bra med en sån kurs. (utdrag ur intervju 2 med studenter 24/11/2015 12.30)

I utbildningen ingår både individuella och gemensamma projekt som inkluderar saker som marknadsföring, skivomslag, att bygga hemsidor, göra musikvideos etc som i allra högsta grad bygger på entreprenörskap. Att översätta musik till bild, text och media och hitta bra sätt att rulla ut musiken till marknaden är i allra högsta grad entreprenörskap. Här spelar medieproduktionsdelen av utbildningen in. Utbildningen som helhet ger breda kunskaper i alla dessa områden och kommer att hjälpa studenterna med att ha en bra överblick och helhetsbild av branschen. De kan ta sig an större projekt än att bara producera en

skivinspelning och kan visa på kunskaper i att t.ex producera musikvideon till första singeln och vara närvarande i framställandet av skivomslaget. Programmet är därför mer branschsäkert än en utbildning inom endast musikproduktion. Många av de studenter som tar examen startar egna företag och kreativa kollektiv. När frågan om vad de planerar efter examen ställdes så berättade studenterna om sina framtidsplaner.

Student 2: Men en annan grej som skulle vara kul, som jag verkligen skulle kunna jobba i alla fall ett sätt att jobba, ha ett produktionsbolag eller ha en studio tillsammans... vi har blivit så himla bra allihopa och vi jobbar bra ihop väldigt många i klassen. Att det skulle vara kul och faktiskt ha business ihop också. Om inte hela klassen, men några, så att vi skulle kunna ta väldigt mycket jobb och göra väldigt bra grejer tror jag... Sånt tycker jag är bland det roligaste. Vara med i projekt och driva det och kolla vad det blev. Det är en väldigt härlig känsla, det tycker jag är skitkul.

Student 3: Precis, då kan man ju jobba med större projekt och med en större bredd i projekt.

Student 1: Större kunder också.

Student 3: Jo men precis, det är ju väldigt intressant.

Student 2: Det är absolut så, och ha liksom ett place.

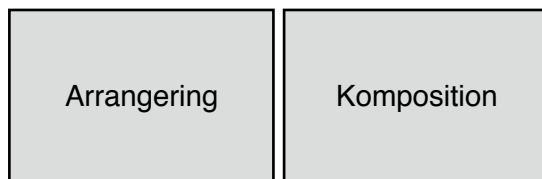
Student 1: Och hjälpa varandra... Men det där är så jävla bra, det är ju nånting som man på ett sätt lite indirekt lär sig om man är lite vaken på den här utbildningen. När man gör saker tillsammans så blir det bättre än om du som enskild person, eller oftast i alla fall, för att du kan ta dig an större projekt och om man jobbar bra tillsammans och kompletterar varandra och ser till att jag ger dig space för att göra den här grejen som jag vet att du är bra på... och så gör jag den här grejen och så kan man genomföra någonting som lilla jag aldrig hade kunnat göra. Jag hade kunnat göra den här lilla grejen som jag just gjorde men det hade inte vart i närheten av slutresultatet som vi gjorde tillsammans. Det är ju någonting som man indirekt har fattat här liksom. Det är väldigt coolt och värdefull kunskap. Som producent gynnas man av att tänka så tror jag, stort. (utdrag ur intervju 2 med studenter 24/11/2015 12.30)

Sammanfattning

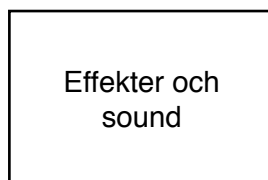
Musikproducenten som entreprenör innebär att ha bra koll på branschen och hela tiden utmana med nya idéer och projekt. Man behöver ha både ledarskapsförmåga och en förmåga att kunna kommunicera övertygande för att kunna presentera idéer och få stöd för dem. Att vara kreativ och idérik samt att ha en känsla för vad som funkar är ett måste i den här rollen. Ju mer kunskaper man har inom olika områden desto bättre eftersom man då kan bli en nyckelperson till helheten och inte bara inspelningen i studion. Den här rollen är en relativt ny roll i branschen som blir allt viktigare och som till och med kan vara viktigare än att ha talang när det kommer till själva produktionen i studion. Komposition, arrangering samt effekter och sound står med som kunskaper här eftersom det är dessa som är direkt avgörande i studion för om slutprodukten kommer att fungera för den stora massan. Dessa är inte direkt avgörande för en entreprenör att ha inom den allmänna musikbranschen, men om vi pratar om producenten i studion så är de till stor hjälp.

Kunskaper

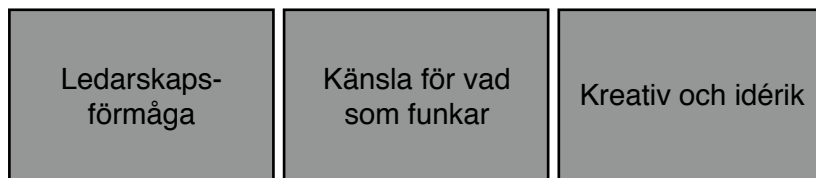
Musik:



Teknik:



Sinne för branschen:



Övriga:



4. Diskussion

4.1. Kunskapsområden

4.1.1. Fler kunskaper

Alla intervjuobjekt var överens om att producenten har någon form av ledarroll som kan engagera fler yrkesroller utefter behov, likt en chef. Att kunna strukturera upp och definiera dessa roller är därför en nödvändig kunskap som författaren själv identifierat efter den här studien och som aldrig kom upp i någon av intervjuerna. En av de element som kan leda till konflikter i kreativa sammanhang är när man inte vet vem som har sista ordet eller vem som äger de olika ansvarsområdena. Man behöver som producent ha en god intuition samt en tillit till sin intuition när man väljer vilka personer som ska involveras och definierar deras ansvarsområde. Ett bra kontaktnät underlättar den processen, vilket både skaffas och behålls med hjälp av social förmåga. Det finns flera delkunskaper inom ledarskap som också behövs: tydlighet, kommunikationsförmåga, beslutsamhet och självsäkerhet. Punktlighet och vänlighet är också egenskaper som uppskattas, men det finns många kreativa genier i världen som åstadkommit mycket trots att de inte varit särskilt punktliga, omttyckta eller lätta att ha att göra med. Ledarskapsförmågan är extremt värdefull i kombination med annat, men utfärdar inte så mycket i sig själv. Om man tar in en fenomenal ledare i en produktion av ett album så kommer de i bästa fall endast kunna främja den talang och kunskap som redan existerar i studion. Detta kan, i likhet med Burgess (2013) producentroll *Facilitator*, räcka i vissa fall. Detta förhållningssätt ställer dock helt andra och mycket högre krav på kunskaper och talanger hos alla andra i studion. Ju mer man kan som producent desto bättre är det. Kunskap är lätt att bära och olika kunskaper kan haka i varandra och tillsammans skapa en synnergieffekt.

4.1.2. Komplettering till kunskap

Producent B lyfte fram något väldigt definierande i sin intervju. Han menade att det fattades en hel kategori i de förvalda delområdena. Den extra kategorin hade med personlighet och personliga egenskaper att göra och centrerades kring drivkraft och målmedvetenhet. Det är dessa egenskaper som kan både leda till och vara avgörande för om man överhuvudtaget får jobb som producent, menade han. Det är något som verkar bli viktigare och viktigare i den moderna musikbranschen eftersom det är en stor musikmassa som måste penetreras om man vill bli framgångsrik. Under tidigt 1900-tal var utrustning

både dyrt och svårt att få tag på. Industrin var mindre och hade färre kanaler ut till allmänheten. Det är idag ett ofantligt mycket större utbud att tävla mot i musikbranschen. Mediabruset är både tjockt, högljutt och globalt. Till synes irrelevanta saker som vilken veckodag man väljer att släppa ett album på och, för att citera Producent A, ”utrullningsplanen”, kan ibland vara helt avgörande för om ett album kommer att sälja bra eller inte. Dessa komponenter hamnar inte nödvändigtvis på producentens bord, men de är viktiga faktorer för att deras konst och arbete ska kunna upptäckas och avnjutas av allmänheten.

Att ha ett sinne för branschen och en personlig drivkraft är helt avgörande för en producent. Vad är skillnaden mellan någon som sitter i en känd studio uppbackad av skivbolag och marknadsföringsplaner och gör beats och någon som sitter hemma i sin källare? Skillnaden är förmodligen i förlängningen att den förstnämnda tjänar multum medan den sistnämnda behöver söka annat jobb för att försörja sig. Vilka kunskaper och egenskaper är det som gör att en producent i källaren till slut kommer att nå ut med sin musik? Producent B svarade på just den frågan genom att lägga till den här extra kategorin. Man kan samla alla de duktigaste artisterna, musikerna, teknikerna och producenterna och spela in ett album som låter fantastiskt men utan en handlingsplan som träder i kraft när inspelningen är klar så kommer ingen att hitta albumet i djungeln på nätet. Personliga egenskaper får ofta det främsta rummet, framför talang, kunskap och förmåga. I vissa fall spelar det faktiskt ingen roll hur mycket man kan om ingen vill jobba med en för att man är omöjlig att ha att göra med. Producent A demonstrerade vikten av detta när han påstod att det är de populära och omtyckta människorna som får de flesta producentjobben. Det finns ett klassiskt talesätt som lyder ”No one cares how much you know until they know how much you care” (Ingen bryr sig om hur mycket du kan förrän de vet att du bryr dig). När man jobbar i sammanhang där många konstnärliga människor är involverade och mycket baseras på känslor och dagsform behöver alla känna att någon faktiskt bryr sig om ens prestation och ens konst. Trygghet är en grundläggande förutsättning för kreativt skapande. Meningen är inte alls att lyfta fram att alla bör börja varje morgon med att hålla varandra i handen och uppmuntra varandra. Det behöver inte vara en känslomässig definition av att bry sig. Producent B nämnde i sin intervju att producenten behöver vara den som bryr sig mest om slutresultatet. Motivet och drivkraften i varför man bryr sig och vad man bryr sig om mest är individuellt, det viktiga är *att* man bryr sig, att man kommer att göra sitt bästa och inte ger sig förrän man är nöjd. Producent D berättade i sin intervju att han tycker sig höra i Max Martins produktioner att Martin har roligt när han skapar. Han menar att om motivet hade varit att tjäna pengar så hade musiken inte alls upplevts som lika befriande. Det finns ett element i Max Martins musik som känns humoristisk, vilket Martin själv bekräftar i SR dokumentären och tillägger att han lärt sig detta av sin mentor Denniz Pop.

4.2. Utbildning

4.2.1. Formell/informell

Det finns många olika sätt att förvärva kunskaper på, i diskussionen används två vedertagna begrepp: formell utbildning och informell utbildning. Med formell utbildning avses utbildning vars innehåll har godkänts av en myndighet. Med informell utbildning menas all utbildning som sker utanför en formell utbildning.

En formell utbildning är inte nödvändig för att arbeta som musikproducent. Man behöver varken legitimation, diplom eller certifikat och man söker sällan jobb på det formella sättet genom att lämna in ett CV. En formell utbildning är därför inte ett måste. Däremot är det ett måste att besitta kunskap, talang och/eller erfarenhet och allra helst bör man ha alla tre. Det är nödvändigt att förvärva dessa på ett eller annat sätt. När någon påstår att de inte har genomgått någon utbildning inom musikproduktion så syftar de med utbildning oftast på formell utbildning. Detta är ett traditionellt sätt att se på utbildning. I dagens samhälle har internet börjat tänja på de traditionella gränserna för utbildning. Man kan med hjälp av tutorials på YouTube eller andra mediakanaler lära sig allt från mjukvaruprogram och mikrofonplacering till ledarskapstips. Via chattforum kan man ta del av en sorts klassrumskänsla där man kan ställa frågor och diskutera problem. Lärandet sker både innanför och utanför den formella utbildningens väggar och alla har genomgått någon form av utbildning, även om det inte är i den traditionella bemärkelsen.

I intervjun med studenterna framkom att samtliga trivs med att lära sig i en skolmiljö. De har alltid funnit skolmiljön positiv och bidragande till lärandet och uppskattar ”det sättet att lära sig på”. De hävdade att de behövde utbildningstiden för att lära sig väsentliga kunskaper men också för att hitta sin egen identitet i yrkesområdet musikproduktion. En av de yrkesverksamma producenterna berättade att denne aldrig trivts i skolan. Han kände sig bara tvingad i formella utbildningssammanhang och upplevde aldrig att hans egen personliga utveckling fick vara i fokus och gick endast färdigt grundskolan. Han upplevde att han hela tiden behövde anpassa sig enligt någon annans önskemål. En yrkesverksam producent svarade, som tidigare nämnts, att om han fått välja en formell utbildning idag hade han valt Handelshögskolan. Han ansåg att han genom en formell utbildning inom affärsområdet hade kunnat bespara sig många misstag och mycket pengar. En annan berättade att hans tid på musikhögskolan mestadels utvecklade och gav sammanhang till hans redan befintliga kunskaper och bidrog inte så mycket till inläring av nya kunskaper. Han berättade också att många av hans kunskaper (t.ex ledarskapsförmåga och coachning av artist) utvecklades senare genom arbetslivserfarenhet.

4.2.2. Lättast/svårast att lära sig

Dyrendahl & Nielsens (2012) presenterar tre olika typer av kunskap: *påståendekunskap*, *färdighetskunskap* och *förtrogenhetskunskap*. Dessa tre typer av kunskap beskrevs i inledningen men nu sätts de i relation till de tre delområdena: musik, teknik och sinne för branschen. Kunskaperna består inte endast av det ena eller det andra eftersom det kan finnas olika lager av kunskap inom ett kunskapsområde. Det blev tydligt i resultatet att de tekniska kunskaperna bedömdes som lättast att lära sig. *Påståendekunskap*, som handlar om att förhålla sig till fakta, kan i ett tekniskt sammanhang motsvara hur man får ljud i mikrofonen. *Färdighetskunskap* handlar i samma fall om hur man på olika sätt kan påverka ljudet som mikrofonen tar upp genom val av mikrofon och placering av mikrofonen. *Förtrogenhetskunskap* kan i motsvarande exempel vara en känsla eller vetskap om vad det är för ljud som önskas samt hur man uppnår detta med hjälp av teknik. Det finns alltså olika nivåer och lager av kunskap inom det tekniska området. Förtrogenhetskunskap är den kunskap som en av producenterna beskrev som en känsla i rollen *musikproducenten som tekniker* och som i många fall är just det som skiljer en inspelningstekniker från en producent med teknikkunskaper. Förtrogenhetskunskapen kan ibland redan finnas i form av naturlig talang eller kreativitet och är mycket svårare att lära ut. Vissa kanske alltid kommer att vara starkare i någon av kunskapsformerna och man ska vara försiktig med att gradera dem eftersom alla behövs för att kunna producera musik.

De musikaliska kunskaperna hamnade i undersökningen i mitten, dvs de grundar sig i någon form av naturlig talang men kan också inläras. *Påståendekunskap* inom musik kan vara att känna till tonarter, ackord eller formdelar. Det var dessa kunskaper som Producent C menade att han lärt sig genom formell utbildning eftersom det var då han fick ord och sammanhang för sin musikalitet. *Färdighetskunskap* inom musikalitet innebär att kunna applicera påståendekunskapen i praktiken. Man känner genom påståendekunskap till vilka toner som ingår i en C-dur skala. Genom färdighetskunskap kan man med hjälp av ett instrument använda sagda skala i ett tonalt och rytmiskt sammanhang. Färdighetskunskap är mer kopplad till naturlig talang än påståendekunskap. *Förtrogenhetskunskap* innebär att kunna uttrycka sig konstnärligt och vara fri att spela det man känner, vilket i musikaliska sammanhang ofta kallas för interpretation. Det finns många talangfulla musiker som inte har lärt sig särskilt mycket påståendekunskap men är ändå virtuoser på sitt instrument. Här skiljer sig musikaliska kunskaper från tekniska. I musicerandet kommer du ingenstans med endast påståendekunskap, du behöver åtminstone en av de andra för att kunna musicera. I ett tekniskt sammanhang kan du bli en god inspelningstekniker genom att endast besitta påståendekunskap.

De kunskaper som rör sinne för branschen bedömdes som svårast att lära sig och bygger mest på *förtrogenhetskunskap*. Vissa människor är naturliga ledare, de har aldrig gått någon ledarskapskurs men människor följer dem ändå. Detta kan ha med olika saker att göra. Karisma, social förmåga, likability och status kan vara faktorer som spelar in och som faller under förtrogenhetskunskap. Ledarskap kan dock utvecklas ytterligare när man lär sig

påstående- och *färdighetskunskap*, vilket kan inläras och utvecklas genom kurser, seminarier och arbetslivserfarenhet. En känsla för vad som funkar är svårt att lära sig genom påståendekunskap. Man kan lära sig vad som funkar genom att studera statistik och diagram och det finns vissa som jobbar inom musikbranschen med just detta. Dock kan de endast konstatera vad som funkar, att ha en känsla för vad som funkar är något annat. Den bygger på en känsla som finns redan innan man vet om det har funkat eller inte, vilket kan bygga på naturlig talang men också på erfarenhet av vad som har funkat tidigare under arbetslivet. Det finns påståendekunskap att lära sig inom alla de fyra kunskaperna som ingår i delområdet sinne för branschen men det är inte påståendekunskapen som kommer att få någonting gjort i studion. Det är delvis färdighetskunskap men framförallt förtroghetskunskap som syns i det här området.

För att sammanfatta vilken typ av kunskap som är viktigast för en musikproducent att ha så är det *förtroghetskunskap*. *Påstående-* och *färdighetskunskap* kan besittas av musiker och tekniker och till viss del också artisten. I sammanhang där artisten besitter mycket förtroghetskunskap kan producenten fungera som medproducent och gå in i rollen som arrangör/kompositör, tekniker eller coach och stå för en större del av påstående- och färdighetskunskapen.

4.2.3. Mentorskap

Mästarlära är något som är vanligt inom konstnärsyrket, men det blir mer och mer vanligt att i branschsammanhang istället kalla det mentorskap. Dennis Pop berättar i SR dokumentären (*Cheiron – en popsaga, 2008*) om hur han tog sig an Max Martin som sedan tog sig an Johan Schuster, alias Shellback. Pops såg något i Martin som inte hade med kunskap att göra, det hade med förmåga och egenskaper att göra. I bakgrundsdelen berättades det om banbrytande producenter som på grund av sina förmågor och egenskaper förvärvade sig nya kunskaper och böjde rollen som musikproducent till att passa dem istället för att försöka passa in i en befintlig producentroll. Detta syns tydligt hos både Martin och Shellback vars karriärer kantats av samarbeten med många framgångsrika artister. Ingen av dem har genomgått en formell utbildning utan de har lärt sig genom att börja som assistenter i en studio och arbeta sig uppåt. Det här sättet att lära sig på har sin utgångspunkt i att det finns en mentor som tar sig tid att lära ut sina kunskaper. Till skillnad från en formell utbildning så finns det sällan en utstakad plan för när man ska lära sig vad. Det kan istället fungera så att man lär sig hur kompressorn fungerar den dag man ska använda den i ett inspelningssammanhang. Den här typen av lärande är bra på det sättet att det blir lättare att lära sig *förtroghetskunskapen* eftersom man spenderar så mycket tid med en och samma person. Däremot kan det uppstå luckor i *påståendekunskapen* och ofta håller man sig inom den genre man blivit fostrad i. Man får således en djupgående kunskap inom ett visst fält, det fältet som mentorn är aktiv i. För de som inte trivs i en skolmiljö kan det här sättet vara lättare och roligare att lära sig på. Man kommer ut i branschen på en gång och förvärvar sig sina kunskaper i branschsammanhang i det verkliga yrkeslivet.

4.3. Rollerna i relation till Burgess

I bakgrunden presenterades Burgess sex olika producentroller. Burgess har själv en lång karriär i studion bakom sig som både musiker, tekniker och producent (Burgess 2013, 2014). Han har till störst del varit verksam i den amerikanska musikbranschen i genrer som jazz, rock och synthpop. Hans erfarenheter är från ett annat geografiskt område än erfarenheterna hos de personer som medverkat i den här studien, nämligen USA. De fem rollerna från den här studien strider inte mot Burgess roller utan krokas snarare i dem, vissa mer än andra. De roller som Burgess kallar *Auteur* och *Artist* inkluderar rollerna *musikproducenten som arrangör/kompositör* och *musikproducenten som tekniker*. De är alla roller i vilka producenterna är verksamma i den konstnärliga och skapande processen samt vars resultat kan kännas igen på sitt sound. Rollerna som Burgess kallar *Facilitator* och *Enablative* stämmer väl överens med rollerna *musikproducenten som ledare* och *musikproducenten som coach*. De handlar om att förvalta och främja de talanger och förmågor som finns dels i studion men också utanför. Burgess roller *Collaborative* och *Consultative* har gemensamma kunskapskrav med rollen *musikproducenten som entreprenör*. Producent A gav ett exempel på när han med hjälp av sitt entreprenörskap togs in som konsulterad producent när han hjälpte ett musikaliskt band att marknadsföra sig på ett nytt sätt vilket hjälpte dem framåt. Det som den här studien konkretiserat, till skillnad från Burgess, är vilka kunskaper de olika rollerna som musikproducent kräver.

4.4. Utgångspunkt i styrkor

För att bli en framgångsrik producent behöver man känna sig själv. Man måste identifiera sina styrkor och svagheter och jobba med att hela tiden utveckla dem. Ett vanligt misstag är att försöka bli bra på allt. Det är bra att ha kunskap inom många områden och vara bred men att känna sina styrkor hjälper en att inrikta sig. Dennis Pop, Max Martin, Shellback, Dr Dre och Red-One är alla aliasnamn för olika musikproducenter. Dessa producenter valde t.o.m att marknadsföra sig genom att välja ett fyndigt namn, precis som många artister gör. Det är även dessa producenter som i många fall blir lika stora och ibland till och med större än artisterna de producerar. De säljer sig själva och sina styrkor som en vara, många av de som just nämndes är t.ex inriktade på att skriva hitmusik, dvs låtar som blir hits. Det finns parallellt med detta helt andra typer av producenter, som t.ex de som nämns i Jarrets *The Self-Effacing Producer* (2012). Dessa producenter vill göra sitt bästa för att framhäva artisten och önskar att de själva ska synas så lite som möjligt. De har ofta höga kunskaper inom musik och/eller teknik och överlämnar en större del av branschbiten till skivbolaget eller artisten. Oavsett om man är en producent som syns och hörs mycket eller lite i sin slutprodukt så är det fortfarande styrkorna som bidrar till ett starkt resultat.

I processen att spela in ett album är det många människor involverade som spelar olika roller. För att få bästa möjliga slutresultat behöver inte bara producenten utan alla parter bidra med sina styrkor. Därför är det viktigt att inte spendera alltför mycket tid med att jobba upp sina svagheter. Självklart finns det svagheter som man bör jobba med som berör personliga sidor och egenskaper. Exempel på sådana svagheter kan vara punktlighet, organisation, disciplin etc. Men om du t.ex inte har särskilt bra kompositionskunskaper kommer din karriär inte gynnas av att du sitter hemma och jobbar på att skriva bättre låtar. Förr eller senare behöver man välja vad man ska satsa på och ägna större delen av sin arbetstid åt detta. När man har identifierat sina styrkor och börjar arbeta utifrån dessa blir det också lättare att hitta andra att jobba tillsammans med. Det kan antingen vara människor som har styrkor inom samma områden och driver dig framåt men det kan också vara människor som har sina styrkor i motsatta områden och som kompletterar dig.

Vissa producenter jobbar med samma artister under hela sin karriär medan andra bara kommer in och producerar en enda låt på ett album. Det finns flera fina exempel på långa och fruktsamma karriärer mellan artister och producenter som t.ex George Martin och The Beatles eller Quincy Jones och Michael Jackson. Men det finns även framgångsrika producenter som inte jobbar mer än ett album eller ibland till och med bara en låt tillsammans med en artist. Detta är vanligast inom popgenren där man jobbar mer med individuella låtar och singlar. De producenter som känner sina styrkor vet vad de kan bidra med och vet också vilka de behöver omge sig med för att balansera upp eventuella svagheter.

4.5. Författarens reflektioner

Innan studien genomfördes var min bild av en musikproducent starkt kopplad till musikalitet och kunskaper inom teknik. Min egen bakgrund och erfarenhet i studion har kretsat mest kring musiken. Tekniken har främst fått utrymme genom att förbättra den musikaliska aspekten. Jag har i de flesta fall producerat i egenskap av inspelningstekniker, musiker eller artist. Jag kommer från en musikalisk bakgrund och har genom formell utbildning lärt mig tekniken och fördjupat mina musikkunskaper. Att producera musik har skett inom ramar för utbildning eller för det egna konstnärliga uttryckets skull. Min avsikt har inte varit att göra karriär inom området. Allt detta har påverkat min syn på producentrollen, som ligger till grund för mitt förhållningssätt innan studien. Tanken på att en producent inte skulle vara varken musikalisk eller teknisk och ändå vara framgångsrik har varit främmande för mig. Resultatet från studien visade att de kunskaper som hörde till sinne för branschen hela tiden hamnade högre upp i förhållande till de övriga kunskaperna. Det är en nyfunnen insikt för mig som lett till ökad kunskap inom området genom de stora mängder data som insamlats. Det har genererat en ökad nyfikenhet då många intressanta frågeställningar väckts under bearbetningen.

4.6. Förslag till vidare forskning

Det skulle det vara intressant att jämföra data som framkommit från det yrkesverksamma fältet med data från utbildningsfältet. Eftersom denna studien är deskriptiv så kan en jämförelse ej göras inom ramen för denna uppsats, även om det är lockande. Hur väl relaterar yrkesutbildningar i musikproduktion till det tänkta yrkesområdet? Finns det skilda uppfattningar? Kan man observera någon skillnad mellan producenter med formell utbildning i jämförelse med de som utbildats informellt?

Musikproduktion är ett relativt utforskat område inom forskning. Det är en stort område som innefattar flera olika element och som bland annat innehåller psykologi, framförallt i studiosammanhang. Den psykologiska aspekten i relation till prestationer inom studiosammanhang utgör en mycket intressant grund för vidare forskning.

Ett annat område som skulle vara intressant att utforska är hur rollfördelningen ser ut i relation till genres. Går det att se mönster som går att koppla till genres och varför ser det i så fall ut på det sättet?

Det finns en intressant genusaspekt att utforska inom musikproduktion och rollfördelningen i studiosammanhang. Det finns färre kvinnor än män representerade bland producenter, inspelningstekniker och studiomusiker. Vad beror detta på och varför ser det ut som det gör idag?

Referenslista

Artiklar och litteratur

Burgess, Richard James. (2013). *The art of music production*. New York: Oxford University Press

Burgess, Richard James. (2014). *The history of music production*. New York: Oxford University Press

Dyrendahl, Petter & Siw Graabæk Nielsen. (2012). *Musikproduktion, kunskap och lärande*. I Ternhag, G & Wingstedt, J (red) *På tal om musikproduktion*. Göteborg: Bo Ejeby Förlag, s. 55-74

Gronow, Pekka & Saunio, Ilpo. (1998). *International History of the Recording Industry*. New York: Cassell

Gullö, Jan-Olof. (2010). *Musikproduktion med föränderliga verktyg - en pedagogisk utmaning*. Stockholm: KMH Förlaget

Jarett, Michael. (2012). *The Self-Effacing Producer: Absence Summons Presence*. I Frith, S & Zagorski-Thomas, S (Red) *The Art of Record Production*. Surrey: Ashgate Publishing Limited

Krag Jacobsen, Jan. (1993). *Intervju - Konsten att lyssna och fråga*. Lund: Studentlitteratur

Lantz, Annika. (2013). *Intervjumetodik*. Lund: Studentlitteratur

Merriam, Sharan B. (1993). *Fallstudien som forskningsmetod*. Lund: Studentlitteratur

Moorefield, Virgil. (2005). *The producer as composer*. USA: Massachusetts Institute of Technology

Nerland, M. (2004). *Kunnskap i musikkpedagogisk praksis*. I G. Johansen, S. Kalsnes & Ø. Varkøy (red.) *Musikkpedagogiske utfordringer. Artikler om musikkpedagogisk teori og praksis*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag, s.46-56.

Ternhag, Gunnar. (2012). *På tal om musikproduktion. Begreppsbildning i ett nytt utbildningsämne*. I Ternhag, G & Wingstedt, J (red) *På tal om musikproduktion*. Göteborg: Bo Ejeby Förlag, s. 9-25

Trost, Jan. (1997). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Yin, Robert K. (2007). *Fallstudier: design och genomförande*. Malmö: Liber

Radioprogram

Arvet efter Cheiron (2015) Fredrik Eliasson. [Radioprogram] Producent: Fredrik Eliasson. Sveriges Radio, P4

Cheiron – en Popsaga (2008) Fredrik Eliasson. [Radioprogram] Producent: Fredrik Eliasson. Sveriges Radio, P4

Sommar (2013) Nadir ”RedOne” Khayat. [Radioprogram] Producent: Tara Moshizi. Sveriges Radio, P1 1 augusti

