



Interview: Fra cd til scene: Pladeselskaberne skal nok overleve

Interview: Simon Frith

Per Reinholdt Nielsen

Weekendavisen 07 May 2010

Konserterne har overtaget pladsen som rockmusikkens mest indbringende medie. Interview med den britiske rockprofessor, Simon Frith.

»ROCKENS æra er forbi. Rockalbummet er en truet dyreart, men pladeselskaberne vil også være der på fremtidens musikmarked, selv om vægten nu har flyttet sig fra indspilninger til koncerter.«

Det mener den erfarne sociolog og professor i musik- og medievidenskab ved Edinburgh University, Simon Frith. I et nyt forskningsprojekt stiller Frith skarpt på rocken og især på koncertscenen.

Alle rockhistorier og den meste forskning på området har taget udgangspunkt i de indspillede singler, lp'er og cd'er samt i pladeselskabernes historie. Simon Frith og hans forskerhold retter i stedet interessen mod livemusikken.

»Da vi begyndte at indsamle det statistiske materiale, viste der sig et interessant billede. Indtjeningen fra den levende musikscene omkring år 2000-2001 oversteg indtjeningen fra salget af indspilninger,« forklarer Frith, der netop har været i Danmark for at fortælle om sin nye forskning til sammenslutningen af danske spillesteder.

»Der er helt klart sket en forskydning på musikmarkedet fra indspilning til koncert. Der er mange tegn. Madonna har i dag kontrakt med koncertarrangøren Live Nation og ikke med et pladeselskab.

Det mest symbolske skifte i magtstrukturen på musikscenen var imidlertid, da de store HMV-butikker lukkede på hovedstrøgene i de britiske storbyer og i stedet investerede i en række spillesteder,« fortæller Simon Frith, og understreger, at for ham var rocken tæt knyttet til albumkulturen, og at rockalbummet nu tilsyneladende er ved at forsvinde.

o

»I efterkrigsperioden lavede man singler og albums for at komme ud og spille. For dengang var det på scenerne, man tjente sine penge. Det vendte fra midten af tresserne, hvor pladeindustrien baserede sig på albummet. Det blev en meget lukrativ forretningsmodel, som blev endnu mere indbringende med de høje priser på cd'er.

Selve albummet er dog for mig et paradoks. Meget få albums er en kunstnerisk helhed. I princippet er det en samling af singler. Det har næsten altid været enkelte numre, som har defineret et band, og det er meget sjældent, at et band spiller hele deres nye album til koncerter.

Men der er ingen tvivl for mig om, at vi igen er på vej ind i en periode, hvor albummet betyder mindre og måske helt vil forsvinde. Downloading har medført, at folk igen tænker mere på musik som enkeltnumre fremfor som albums.

Pladeselskaberne har før levet af indtjeningen fra enkeltnumre, men det er svært i dag på grund af den forholdsvis lille avance på iTunes. Mange af dem og også mange rockbands hænger fast i den gamle forretningsmodel, hvor man stadig

udsender albums, mens forbrugerne på grund af downloading hellere udser sig de to, tre enkeltnumre, de kan lide. Så der er en afgørende uoverensstemmelse der.«

Simon Frith opfatter ikke den nuværende situation med masser af fri musik på Internettet som permanent. Med teknologiens demokratisering af indspilningsproces og den frie trafik af lydfiler ville en gammel venstrefløjsforsker som han måske glæde sig over, at musikken var kommet tilbage til folket for en tid, men det er langt mere komplekst, og i fremtiden er han overbevist om, at der vil ske en kommercialisering af internettet. Bare ikke præcis hvordan og hvornår og af hvem.

»Vi ved det ikke endnu. Det er det bedste svar, jeg kan give. Men på koncertområdet er der jo helt klart sket en oprustning og centralisering og priserne er steget. Den magtfulde amerikanske underholdningsgigant Clear Channel har via opkøb sikret sig koncertbureauet Live Nation, der er en multinational spiller på linje med pladeselskabet Universal,« fortæller han.

Forskerholdet omkring Frith opererer med en overordnet periodeinddeling af tiden fra 1945 og op til i dag. Tiden før rock fra 1945-65, rock fra 1966-96 og derefter postrock.

1996 er for dem et nøgleår, fordi folk det år begyndte at bruge færre penge på musik. Det var kun den økonomiske fremgang som gjorde, at pladeindustrien stadig kunne sælge flere og flere cd'er nogle år endnu. Forbrugerne havde mistet en del interesse for musik, og konkurrencen fra andre medier, spil, film, internet blev stærkere.

Dermed antager forskerholdet også, at det ikke var piratkopiering, som for alvor tog fart med Napster i 1999 og bredbåndsforbindelser i ca. 2001 i England og 2002 i Danmark, der slog bunden ud af markedet.

Ikke kun økonomisk men også musikalsk giver det mening at tale om tiden fra 1996 som en postrockperiode. Digitaliseringen har opløst traditionelle genreskel og det meste recirkuleres enten i knivskarpe periode-efterligninger eller i totalt mudrede mash-ups af alle mulige og umulige genresammensætninger.

»En meget markant tendens efter 1996 var også, at der kom en masse gendannede rockbands ud på livescenen igen. Det var her pengene kunne tjenes nu,« siger Frith og fortsætter: »The Rolling Stones tjener de fleste penge på deres turneer. De trækker masser af publikum til deres koncerter, men hvis man spørger deres fans, om de kan titlerne på de tre sidste albums med gruppen, kan de som regel ikke huske dem. Og The Rolling Stones udsender kun ny musik, når de skal på turné for at blive spillet i radioen og skaffe sig et publikum til turneerne.

Det, man så skal være klar over, er, at bands som Stones og U2 og alle de andre store spillere på koncertfronten i sin tid skaffede sig deres position netop via albumkulturen. Vi ved ikke, hvordan nye bands i fremtiden skaffer sig dette publikum for at opnå den samme lukrative livekarriere. Jeg tror ikke bands bliver så store som dem fra de tidligere generationer,« vurderer Frith.

På den anden side er det ikke den skotske professors opfattelse, at pladeselskaberne bukkes under trods en halvering af cd-salget siden årtusindskiftet.

Den nyeste lovgivning, der netop er blevet vedtaget i England, giver internetudbydere mulighed for at lukke forbindelsen for kunder, der tre gange har downloadet ulovligt. Loven er designet helt efter pladeselskabernes og rettighedshavernes hoved, men Frith mener ikke, loven er den nødvendige redningsplanke.

»Branchens forsøg på at inddæmme pirat- og privatkopiering er dødsdømt. Historisk set har nye teknologier været de afgørende faktorer i udviklingen, både hvad angår musikken og økonomien. Det er imidlertid først, når musikerne og forbrugerne tager kontrollen, at det sker,« siger Frith og peger på, at løsningen snarere er at gå fra en produktorienteret til en serviceorienteret branche. I stedet for at blive ved med at lave albums og prøve at sælge dem fysisk og som

downloads, skal musikindustrien give slip på det gammeldags marked og tænke musik som en frit flydende masse i stil med kommunalt vand, der af den enkelte bruger betales en afgift for alt efter forbrug.

»Det er en mulig fremtid for pladeselskaberne, men det er alt for tidligt endnu, at sige, hvordan det forløber. De nye tider har slet ikke indfundet sig i pladebranchen. Tag den seneste store succeshistorie i musikkens verden, Lady Gaga.

Ganske vist har hun sandsynligvis fået en hel del fans via sine videoer på Youtube med alle disse ekstravagante kostumer og forrygende fortællinger, men i den sidste ende står verdens største pladeselskab, Universal, bag hendes succes.

Ingen har fået succes uden om pladeselskaberne. Både Arctic Monkeys og Lily Allan, som man ellers fremhæver havde et pladeselskab bag sig, da de begyndte at få hits på Myspace og for Allens vedkommende ved at blogge.«

Som følge af at salgskurverne er gået nedad, kan man som pladeselskab ikke længere forlige sig på at have et hit med hver tiende udgivelse, som er en gammel tommelfingerregel i branchen, der så kan finansiere alle de andre udgivelser, som ikke hitter.

Der skal skabes en ny økonomisk orden, og det kunne meget vel blive med livescenen som nyt omdrejningspunkt. Pladeselskaberne opererer med nye såkaldte 360-grader kontrakter, der opkræver penge hele vejen rundt fra salg af cd'er og downloads over indtjening fra merchandise og koncerter. Det vil som sådan fremtidssikre pladeselskaberne.

Der er dog også en tendens til, at de etablerede navne forsøger at få en større del af indtjeningen, eksempelvis et stort og populært liveband som U2, og så bliver der mindre at geninvestere for pladeselskabet.

»Der er imidlertid stadig brug for pladeselskabet. At slå igennem er så stort og krævende, at det er direkte naivt at tro, at man blot kan lægge sin musik på Facebook, læne sig tilbage og så vente på hittet. Det er ikke sket og vil aldrig ske. Et hit kræver investeringer og markedsføring. Det kræver enten, at man er meget, meget rig eller har et pladeselskab i ryggen. Den tredje vej, som man kunne forestille sig, var en slags statsstøtte til livescenen, der gjorde, at ting kunne yngle og vokse. Det er især oplagt i et land som Danmark, der er så lille, at det er svært at leve af at spille musik,« mener Simon Frith.

o

FRITH var en af de første universitetsfolk, der tog rocken alvorligt. Bogen Rockens sociologi fra 1978 analyserede pladeindustri og musikforbrug og blotlagde nogle af de komplekse magtstrukturer, der var med til at forme rockkulturen i tresserne og halvfjerdserne.

Bogen Art Into Pop fra 1987 var en mindre men måske lige så afgørende bog, der hamrede en tyk pæl gennem den romantiske myte om, at rock rekrutterede sine talenter fra arbejderklassen. Stort set alle, der blev til noget i den britiske musik fra Mick Jagger over Bryan Ferry til Johnny Rotten var fra den bedre middelklasse og havde gået på art school.

Simon Friths dobbeltrolle som fan/anmelder og forsker har i forhold til så mange andre fra universitetsverdenen givet ham en bedre føling med rockscenen og et mere nøgternt syn på den kommercielle verden.

I dag fungerer han ikke længere som anmelder, men holder sig stadig orienteret i musikken og lytter hver sommer læssevis af britiske albumudgivelser igennem i kraft af sin rolle som jurymedlem i den prestigefulde Mercury Music Prize.

»Der udkommer virkelig meget musik og også meget elendig musik. Set ud fra et kritikersynspunkt er det bestemt en dårlig udvikling, at alle i dag kan indspille og udgive musik. Det har naturligvis været en enorm demokratiseringsproces, at man kan levere teknisk gode produktioner for næsten ingen penge hjemme ved computeren. Men det betyder også, at der udkommer rigtig meget, som førhen ikke ville have klaret pladeselskabernes kvalitetskontrol.

Pladeselskabernes rolle er naturligvis et meget omdiskuteret emne. Har de været stopklods for kreativiteten, fordi de udelukkende tænker med pengepungen, eller har de sorteret med musikalske ører og kondenseret mængden af musik, så forbrugerne lettere har kunnet finde den interessante musik, hvad det så er?

Det er en meget kompleks problemstilling, men det modsatte er ikke bevist, at der er gået en masse talenter til spilde. Man kan finde mange eksempler på bands, der blev droppet, fordi de ikke solgte nok, men de har som regel fundet et andet selskab,« siger Frith, der mener, at digitaliseringen på sigt vil få stor betydning for musikken. Aktuelle fænomener som autotuning og den overdrevne brug af komprimeret lyd i kampen for opmærksomhed betragter han som forbigående »fejtagelser«. Heller ikke den elektroniske scenes mindre fokus på sangstemmer og melodier vil afgørende ændre musikkens landkort i retning af en mere abstrakt lytte- og brugsmusik, mener Frith.

»Til gengæld tror jeg, at tilstedeværelse af al musik på en gang fra alle stilperioder på internettet betyder, at nyhedsværdien i musikken er ved at forsvinde. Min datter på 14 år lytter både til Muse og Simon & Garfunkel, og de sidste har hun ikke fra mig. Hendes iPod er proppet med al mulig musik fra alle tider.

Den anden interessante ting, er, at jeg tror den digitale teknologi betyder, at genredistinktioner er blevet mindre væsentlige. Musikere er i dag vant til, at de kan trække på enhver form for fortidig indspilning eller genre. Man prøver, hvad der sker, hvis man lægger en afrikansk talking drum på det ene sted og en sampling fra en Bollywoodfilm det andet sted. Før i tiden skulle man først finde en afrikaner, der kunne spille talking drum, og det andet kunne ikke lade sig gøre.

Derfor er det blevet langt, langt sværere at finde ud af, hvilken genre og tidsperiode musikken tilhører. De mest interessante plader trækker på mange kilder og er et mash-up af alt muligt på tværs af kendte genreskel.

Den nye teknologi har måske endnu ikke ændret de kompositoriske principper så meget, men den har ændret de kompositoriske muligheder. Folk, der spiller sammen, behøver ikke længere være i det samme rum, og som musiker behøver man ikke at opøve spillefærdigheder. Alt kan redigeres på plads i den nye virtuelle virkelighed med brug af softwareprogrammer,« siger Simon Frith, der med sine mere end 30 års erfaring som forsker og musikkender kun tøvende vil give et bud på, hvad der venter lige om hjørnet.

»De sidste rockbølger, faktisk fra punken og frem, har været tilbageskuende. Og lige nu lever vi vel i tider, hvor historien er meget nærværende, og hvor meget skabes gennem et filter af fortid.

Derfor tror jeg på, at det nye vil blive en reaktionær bevægelse, der handler om at omgøre nogle af de teknologiske forandringer, som er sket på musikfronten. At der vil komme en slags anti-industrialiseret musik. Hvad det så end er, og hvordan det så end lyder.

Det klinger også meget godt med en højere global bevidsthed omkring miljøet. Musikken vil ligesom i tresserne være et soundtrack til de forandringer, der sker i samfundet, vi kender det bare ikke endnu, fordi vi står midt i det.«

Luk vindue



Alt materiale i Infomedia er ophavsretligt beskyttet. Kunden må ikke sælge, videregive, distribuere, gengive eller mangfoldiggøre materiale fra Infomedia uden særlig og skriftlig aftale med Infomedia. Overført (downloadet) materiale skal slettes efter anvendelsen og må ikke indlægges i informationsgenfindningssystemer, som for eksempel elektroniske postsystemer, databaser, fælles netværk eller lignende. Videreformidling: Kunden må foretage videreformidling (ved videreformidling forstås kopiering, distribution via elektronisk post, tilrådgivningsstillelse i databaser, på netværk eller lignende) af modtagne overskrift- og indledningsformater inden forkundens egen virksomhed. Al anden videreformidling af materiale fra Infomedia skal aftales skriftligt med Infomedia.

DBC