

*Examensarbete:*

# Internet som marknadsföringsverktyg för låtskrivare/producenter

*Av: Jonas Westerling och Joel Wessman*

*HS-91038 Examensarbete i Musik- och Ljudproduktion B, 15hp  
2008 IKI Institutionen för kommunikation och information*

### *Sammanfattning:*

*Tanken med vårt examensarbete var att vi skulle ge oss själva en bra start i arbetslivet. Dels genom att komma igång mer med låtskrivandet men framförallt att få inblick i vad som ska till för att vi senare ska kunna ta oss hela vägen. Att slå sig in i musikbranschen som låtskrivare/producent är ingen lätt uppgift och att göra sig ett namn som en sådan duo eller ett sådant team är få förunnat.*

*Internet är ett bra forum att visa upp sig på men där om någonstans slåss man med många om uppmärksamheten. De moment som alltid varit viktiga finns fortfarande kvar trots Internets intåg. Produktion, presentation och kontaktnät är tre viktiga hörnstenar till den framgång som många söker.*

## **Innehållsförteckning:**

<b>1. Bakgrund</b>	4
<b>2. Frågeställning</b>	4
<b>3. Definition av viktiga begrepp</b>	4
<b>4. Metod</b>	6
4.1 Fallstudie, research och analys	6
4.2 Intervjuer	6
<b>5. Tidsplan</b>	6
<b>6. Resultat</b>	7
6.1 Intervjuer	7
6.2 Marknadsföring	8
6.3 Material	10
<b>7. Analys</b>	14
<b>8. Slutsatser</b>	16
<b>9. Diskussion</b>	16
<b>Referenser, Bilagor</b>	17

## 1. Bakgrund:

Efter utbildningen har vi som mål att etablera ett namn i musikbranschen\* som musikskapare. Detta arbete var därför tänkt att ge oss en bra start så att vi dels skulle få något att marknadsföra när vi var färdiga, men också få en inblick i hur man kan presentera sin musik. Vi ville hitta en tydlig profil som ändå inte hindrar oss från att skriva i olika stilar. Vår bredd rör sig inom modern dans och pop musik och går under genrebeteckningarna: RnB, Hiphop, Dance, House och Pop. Arbetet syftade även till att undersöka hur man kan utnyttja Internet för att marknadsföra sig och om detta kan vara en bra väg att gå i framtiden.

## 2. Frågeställning:

Hur kan man gratis marknadsföra sig som låtskrivar/producentteam\* på Internet? Vilka moment bör man beakta om man vill etablera sig i musikbranschen\* på detta sätt?

## 3. Definition av viktiga begrepp:

**Låtskrivar/producentteam:** Ett arbetslag på 2 eller flera låtskrivare och producenter som skriver och producerar ihop. Ofta har man olika spetskompetenser i ett sådant samarbete. Det är brukligt att dela jämnt på royaltys även om det finns undantag.

**Musikbranschen:** I vårt fall syftar vi på skivbolag, musikförlag och övriga bolag som har en betydande roll för den kommersiella musiken i samhället.

**Hit:** En låt som blir populär hos en bred lyssnarskara. Ett bevis på att en låt blivit en hit är oftast att den placerar sig högt på diverse listor och rankingar.

**Hook:** Något i en låt som folk i allmänhet fastnar för. Det kan t.ex. vara en melodislinga eller ett gitarriff. Detta utnyttjas ofta medvetet av låtskrivare och producenter för att skapa en bra balans mellan upprepning och variation där hooken är det som man fastnar för i låten.

**Producera:** Vi syftar till arbetet man gör i en studio när man spelar in musik och gör det färdigt för att släppas på skiva eller någon annanstans. Mycket av arbetet ligger i att spela in och sedan bearbeta det inspelade materialet. Det handlar också om en stor del arrangering.

**A&R:** Artist & Repertoar. En person som jobbar på ett skivbolag och har ansvar för artisten och dess repertoar, dvs. vilka låtar en artist ska ha på sina skivor och vid liveframträdanden. Denna person jobbar också med att lyssna på demos och leta nya talanger.

**Editeringsarbete:** När man jobbar professionellt med att spela in sång och instrument klipper man alltid bort sånt som inte ska låta i efterhand och väljer tagningar. Detta för att få ut bästa möjliga resultat och för att inget annat som inte ska vara med ska ligga kvar och störa.

**Leadsång:** Sången som bär fram melodi och text.

**Mixning:** När man bearbetar alla olika element/spår i låten för att de ska passa ihop och göra låten rättvisa. Det handlar till stor del om att få bra nivåer mellan de olika elementen i låten.

**Bounce:** I vårt fall är det att man sparar ner ett spår med Tex. ett instrument till en ny ljudfil. Detta kan innehålla effekter mm. Det är också när en mix är klar och man sparar allt som en stereofil.

**Mastring:** Bearbetning av de stereofiler man får ut efter mix. Det handlar om att göra en helhet av en skiva. Dels ställer man nivåer mellan låtar och väljer längd på mellanrum mellan låtarna. Men det handlar också om att göra en sista justering av ljudbilden på varje spår.

**Ljudbild:** Ljudens relation till varandra i en låt skapar ljudbilden. Man kan se det som ett rum där man placerar in de olika elementen i en låt med hjälp av olika redskap.

**Groove:** Låtens sväng. Man kan säga att det är en samlad känsla av alla instruments rytmik i en låt. Ofta har trummor och bas en mycket stor del i groovet.

**Harmonik:** Alla stämmor och ackord i en låt bildar dess harmonik. Tonernas relation till varandra gör att ackord uppstår och bildar låtens harmonik.

**Tempo:** Hastigheten på en låt. Snabbt, långsamt eller midtempo. Anges i Bpm(Beats per minute) alltså hur många pulsslåg det går på en minut.

**Effekter:** Man kan lägga olika typer av effekter på sång, gitarr och andra element i musiken. Dessa kan ändra karaktären helt eller bara addera övertoner eller ta bort. Möjligheterna är oändliga.

**Eq:** en typ av effekt som låter en justera volymen på olika valda frekvenser.

**Pitchas:** I vårt fall att presentera en låt för en artist eller grupp som man tror att låten skulle passa för.

**Mixtekniker:** Personen som utför mixningen av en låt. Se mixning\*.

**Slask:** Används ofta för tagningar av t.ex. sång eller gitarr. Det menas att man lägger något snabbt för att få en bild av hur det kan låta senare när man gjort det mer noggrant.

**Plugins:** Mjukvara som används i ett program men inte direkt tillhör själva programmet. I vårt fall handlar det om instrument som finns i datorn samt effekter som finns i datorn.

**Leads:** I vårt fall låtbeskrivningar som skickas ut från skivbolagen till musikförlagen när Tex. en artist ska släppa en ny skiva. Detta vidarebefordras sedan till låtskrivare som skriver låtar efter dessa beskrivningar.

## 4. Metod

### 4.1 Fallstudie, Research & Analys:

Vi har skrivit och producerat\* 4 nya låtar. Detta för att visa upp en bredd som delvis ringar in vår musikaliska profilering. Sedan har vi gjort efterforskningar på nätet för att se vad det finns för möjligheter att marknadsföra sig där. För att öka tydligheten har vi även tagit bilder och gjort en grafisk profil som matchar den image vi vill bygga upp. Vi har skapat en egen profil på den hemsida vi ansåg lämpligast och där lagt upp vår musik och gjort en kort presentation. Under arbetets gång har vi fortlöpande gjort analyser av lämpliga referenser. Dels för att uppnå en så bra nivå som möjligt på produktionerna men också för att hitta en lämplig profilering i presentationen. Genom att göra detta hoppas vi på att få en djupare insikt i vad som krävs för att man ska lyckas med sin musik och om Internet kan vara ett bra forum för detta.

### 4.2 Intervjuer:

Vi har gjort 6 intervjuer. 4 stycken är med producenter och låtskrivare. Dessa är även entreprenörer och egna företagare och har på olika sätt många järn i elden. 2 av intervjuerna är med A&Rs\* på skivbolag. Vi ville få en bild av hur musikbranschen ser på Internet som ett marknadsföringsverktyg för oss som låtskrivare och producenter. Genom att få feedback på våra låtar och vår profilering hoppades vi även få klarhet i vad det är som saknades. Efter det hoppades vi kunna redogöra för vad som krävs för en etablering i musikbranschen.

## 5. Tidsplan

Aktivitet:	Start:	Färdigt:
Planering	08-03-25	08-04-14
Analys av låtstruktur, mix mm	08-03-25	08-05-02
Skriva låtar	08-03-25	08-04-14
Inspelning	08-03-25	08-04-22
Produktion	08-03-31	08-04-22
Mixning	08-04-22	08-05-01
Mastring	08-03-30	08-05-02
Intervjuer	08-05-05	08-05-09
Rapportering	08-05-09	08-05-19

## **6. Resultat:**

### **6.1 Intervjuer:**

Intervjuerna låg i slutet av tidsplanering för vårt praktiska arbete. Här väljer vi att berätta kort om dessa först för att sedan integrera den information vi fick ut av dem i det övriga resultatet. Tillsammans med analyser, research och fallstudier är det underlag för det vi presenterar i denna rapport.

Alla våra intervjuobjekt har många projekt igång samtidigt och jobbar väldigt mycket. Att de flesta under denna tid på året även är inne i en väldigt intensiv period gjorde inte saken lättare då vi helst ville försöka få till ett möte med allihop. Det slutade med att vi fick 3 intervjuer ansikte mot ansikte och 3 över mejl. De intervjuerna vi hade ansikte mot ansikte gav oss mest då vi kunde diskutera och ställa nya frågor som gav oss mycket matnyttig information även utanför ämnet. Det blir då lättare att sätta in de åsikter man fått i ett sammanhang eftersom man får en mer enhetlig och helhetstäckande bild runt frågorna. Då hade vi också möjlighet att göra en mer korrekt tolkning av svaren vi fick.

Det som framförallt blev väldigt tydligt för oss efter intervjuerna var att även om Internet är en ny värld med nya möjligheter och vägar att gå så gäller det fortfarande att man lägger ner minst lika mycket tid på materialet man vill visa upp. Det var väldigt tydligt att de branskmänniskor som vi intervjuade såg Internet som ett verktyg som framför allt kompletterar gamla metoder. Några belyste vikten av att träffas på riktigt och vårda sina kontakter den vägen med. Detta kan t.o.m. vara avgörande i många fall för att man ska skapa en relation och bygga ett mer stabilt samarbete inför framtiden och därmed möjliggöra en etablering i musikbranschen.

På Internet slåss man som musikskapare med miljontals andra om en liten stund i folks medvetande. Internet har ett extremt stort utbud och det finns många effektiva system som snabbt sorterar bort det som folk inte tycker verkar intressant. Den utgallring som skivbolagen i många år själva fått stå för bland artister, låtskrivare och producenter sker på Internet till stor del av användarna själva. Visst kan man fortfarande vända sig direkt till de man vill skapa en kontakt med men chanserna att fånga intresset ökar om man skaffat sig en högre status med, bra betyg, många fans, sidvisningar och lyssningar. Detta är ett bevis på att det finns ett intresse för den som lagt upp låtarna.

## **6.2 Marknadsföring**

Vi ska här berätta om de möjligheter som finns för en låtskrivare/producent att gratis marknadsföra sig på Internet.

### **Myspace music**

Myspace music är en sida där varje användare lägger upp sin egen profil med musik och bilder mm. Det finns ett visst utrymme för att utforma sin sida som man vill med design och grafik men det har begränsningar. Har man ett stort tekniskt kunnande kan man ta det långt ifrån den ursprungliga ganska tråkiga designen. Varje användare får addera upp till sex låtar i begränsad kvalitet. Användaren kan också lägga till bilder och bildspel som visas när sidan besöks. Det finns ett system för att samla sina kontakter på myspace som kallas "vänner", där användaren kan lägga till och ta bort som han vill. Dessa kontakter kan besökaren på sidan också se. För att profilera sig och visa upp vissa av sina vänner extra finns också en funktion där man väljer ut vissa vänner som visas på första sidan. Det finns också plats att lämna en kommentar för den som besöker sidan.

### **Facebook pages**

Facebook pages kan mycket väl användas som en portal för låtskrivare/producenter även om det används mer av artister som samlar sina fans. Det finns här möjlighet att lägga upp en profil med bilder och info. Eftersom facebook är en välbesökt sida är det smart att leta upp de kontakter som kan vara värdefulla och bjuda in dessa att bli så kallade "fans". Det finns möjlighet för den som är ett fan att lägga upp bilder, skriva en kommentar eller lägga ett inlägg i en ev. diskussion som moderatorn har lagt upp. Vidare finns det möjlighet att lägga upp musik med bl.a. direktlänk till itunes och ringsignalsförsäljning. Det finns också plats för att lägga upp en blogg.

### **Youtube**

På Youtube kan man som användare lägga upp videos. Detta kan vara användbart dels för att lägga upp musikvideos som man som låtskrivare eller producent på något sätt varit delaktig i. Man kan också tänka sig att man lägger upp videos från t.ex. en studiosession eller från någon annan del i sitt skapande för att visa upp vad man jobbar med. Detta är framförallt en mindre del om man vill marknadsföra sig via nätet. Som att man lägger en länk från t.ex. sin myspace. Det går även att integrera filmklipp som ligger på youtube på andra hemsidor så att användaren inte behöver byta sida för att se klippet.



## **SRN**

Songwriters resource network har en avdelning på sin sida där det finns möjlighet att lägga in annonser. Som ett blocket för låtskrivare, producenter, förlag m.fl. En av parterna lägger ut en annons där man beskriver vad man har att erbjuda och vad man är ute efter och lämnar en mailadress eller annan kontaktinfo som den andra parten kan använda för att komma i kontakt med den första.

## **Songbox**

Songbox är en Svensk site där det finns två varianter på medlemskap. Det första är helt gratis medan det andra kostar 40 kr i månaden. Det första som är det intressanta i detta arbete eftersom det är gratis och ger möjlighet till att lägga upp en profil med två låtar. Det ger även möjlighet att skicka låtar, lyssningsgaranti, möjlighet att annonsera om samarbeten samt tillgång till leads\*. En lead är en beskrivning på en låt som vanligtvis musikförlagen får till sig från skivbolagen och skickar ut till sina signade låtskrivare. Detta kan vara en stor fördel för låtskrivare/producenter eftersom de då kan skriva direkt mot ett speciellt mål.

## **Trig**

Trig är en hemsida som har i stort sett samma upplägg som myspace. Det finns profiler både för musikutövare samt för människor som bara gillar musik. Det finns möjlighet att lägga upp sina låtar, ha sin egen presentation och ha vänner som kan kommentera osv.

## **Virb**

Virb är en annan sida med ett myspace-liknande upplägg. Det finns ett visst utrymme för egen design vilket kan vara ett plus. Sidan känns fräsch och har en snygg grunddesign.

## **All Ears**

På all ears kan användaren lägga upp en profil med låtar och info. Här finns också chansen att få släppa en singel på Sony BMG. Denna chans dyker dock bara upp ibland. Systemet bygger på att användare recenserar varandra. De har även kända profiler inom musikbranschen som gästrecenserar ibland. Det finns också listor man kan hamna på om man får tillräckligt bra recensioner.

## **Last fm**

Last Fm är en webradiostation där lyssnaren kan välja sin favoritartist och få en blandning av andra artisters musik som liknar den artistens. Här kan man som låtskrivare också ladda upp sin egen musik så den blir tillgänglig för lyssnare. Varje artist har också en profil där det finns möjlighet att lyssna på artistens låtar direkt.

## **6.3 Material:**

### **Produktion:**

Vi valde att skriva och producera fyra låtar som skulle ge oss en profil som låtskrivar/producent-duo. Det blev två rnb/poplåtar med kvinnlig sång, en pop/rnb-låt med manlig sång och en dance/house-låt med kvinnlig sång. Vi började direkt med att lyssna och analysera många låtar inom de genrer vi ville skriva i för att lära känna melodi- och textspråk. Vi valde mest hitlåtar av artister som bl. a. Leona Lewis, Jojo, Alicia Keys, Justin Timberlake, Danny, The Attic, Mary J Blige, Fergie, Gwen Stefanie m. fl. Denna väldigt hitbaserade musik bygger mycket på hookar\* och ofta är det "hitten" man är ute efter. När en hit\* kommer är svårt att förutspå och därför är det svårt att säga att man ska sätta sig ner och skriva en hit. Eftersom vi generellt vill att låtarna ska få någon form av hitpotential analyserade vi mycket hits och försökte lista ut vad det var som gjorde att vi fastnade så för dem. Dessutom gallrade vi noga bland våra egna idéer och valde ut de vi trodde hade något extra och som satte sig vid första lyssningen. Hit-tänkandet tror vi är en förutsättning för att man någon gång ska slå igenom på större basis, både för en låtskrivare och för en artist. Detta tänk sker självklart mer eller mindre medvetet, men ofta är det en eller ett par låtar som får de flesta att komma ihåg en viss artist och i en del fall även en låtskrivare/producent.

I låtskrivarstadiet färdigställer vi framförallt text, melodi, form, tempo\* och harmonik\*. Ofta föds många idéer till produktionerna här men vi försöker att inte koncentrera oss för mycket på dessa detaljer innan låtarna är färdiga. Att vara strukturerad i sitt skapande kan hjälpa en att fokusera på rätt saker vid rätt skede och därav underlätta när man har deadlines att hålla sig till. När låtarna var helt färdiga spelade vi in leadsång\* för att sedan ha något att utgå från. Sedan var det en del editeringsarbete\* och val av sångtagningar. Nu började vi produktionsfasen på allvar och här fanns flera vägar att gå. Det viktigaste är alltid att man blir nöjd med slutresultatet, hur man tar sig dit spelar mindre, eller ingen roll. Flera av våra intervjuobjekt poängterade hur viktigt det är att man är extremt noga i varje moment av produktionen. Det gäller att lägga ribban högt. Många småförbättringar i alla led ger ett slutresultat som är optimalt. Om man t.ex. inte är jättenöjd med leadsången är det ingen idé att gå vidare förrän man är det. Ofta kan man tvingas göra det ändå på grund av tidsbrist men då blir det svårt, för att inte säga omöjligt att få ett lysande slutresultat. För att ta en plats i dagens kommersiella musikbransch krävs det att man håller en hög nivå och då kan man aldrig kompromissa.

När man bouncar\* ut spåren och går vidare till mix\* ska man helst vara helt nöjd med allting. Det är viktigt att välja "rätt" ljud på varje plats för att helheten ska bli bra och de akustiska instrument man spelat in borde ha rätt karaktär för att passa in i den ljudbild\* man vill skapa. Det kan vara bra att ställa sig många frågor längs vägen, under hela produktionen. Är sången tillräckligt intressant? Bär den låten? Har låten rätt typ av groove\*? Lyfter harmoniken\* låtens melodi på ett fördelaktigt sätt? Har låten några hookar och utnyttjar vi de på bästa sätt? Är låtens tempo optimalt? Man kan inte ställa för många frågor. Det man kan fixa innan mix borde man alltid fixa och har man ont om tid kan det vara bra att ställa sig frågan vad som är viktigast i den låt man producerar. Hittar

man vart det sitter är det lättare att göra vettiga prioriteringar när tidsbristen kommer smygandes.

Väl i mix är det viktigt att man skaffar sig så bra förutsättningar som möjligt. En av våra intervjupersoner påpekade att det är viktigt att varje spår i mixen håller högsta kvalitet. Detta menade han börjar redan vid inspelning av källan. Men när man sedan är i mixen är det också viktigt att alltid behandla ljuden på bästa möjliga sätt. Lyckas man höja kvalitetskänslan ytterligare på redan bra inspelade filer är man nära målet. Vilka effekter\* som passar vart går inte att generalisera. Intervjuobjekten höll med om att det bästa är att prova, jämföra och prova igen. Det är bra att referenslyssna genom hela produktionen för att kolla av kvalitetsnivån och se så att man är rätt ute. Ett ofta vanligt mål när man mixar kommersiell musik är att det ska låta "dyrt". Med detta menar man att det ska låta som en dyr studioproduktion och ofta brukar detta vara synonymt med mycket diskant, men om diskanten inte låter bra blir det snarare motsatt effekt. Här är det både en fråga om att mixa och eq:a\* ljuden samt att spela in källan så fördelaktigt som möjligt. Ofta händer det t.ex. att man spelar in en sångerska med en mikrofon som inte passar henne. Sången kan då bli vass och jobbig att lyssna på trots att kvalitén på utrustningen håller en hög nivå.

Eftersom vi ställt in siktet på både produktion och låtskriveri blir alla de här detaljerna viktiga. Demos som pitchas\* i dagens musikbransch måste hålla en extremt hög nivå. Ofta hör man ingen skillnad på en demo och en färdig produktion. Detta bekräftade även våra intervjupersoner. Väljer man att göra sina egna produktioner är det viktigt att man siktar högt. Det är lätt hänt att man blir nöjd med mindre bara för att man blir extra stolt när man gjort hela produktionen själv. Man ska alltid jämföra med det man tycker är bäst på marknaden just nu och tycka att sitt eget är minst lika bra. Först då finns det stora chanser till att imponera även på andra med låtarna. De som man säljer in det till måste känna att de inte kan få det bättre av någon annan.

Känner man att mixen inte blir tillräckligt bra kan man alltid blanda in en mixtekniker\*. Detta är mer vanligt när det kommer till sista steget i produktionen, nämligen mastringen\*. Mastringen är den bit som är vanligast att folk lämnar ifrån sig när man jobbar i produktionsteam. Mixen ses mer som en integrerad bit i den övriga produktionen medan mastringen mer är en förädling av materialet. Vill man och behöver man verkligen imponera med sina produktioner kan det vara bra att lämna in de på professionell mastring först. Man vinner mycket bara på att ett par fräscha öron kommer in i processen för att höja kvalitén ytterligare ett snäpp.

## **Presentation:**

Vår egen presentation valde vi att applicera på Myspace. Under våra intervjuer märkte vi att alla hade koll på olika Internetsidor för musiker/låtskrivare/producenter och artister. Myspace var dock den sida som alla kände till och använde. Att dela ut länken till de personer man vill komma i kontakt med är ett utmärkt sätt att snabbt och enkelt kunna visa upp det man gjort. En annan fördel är att det är ett stort nätverk som möjliggör båda nya kontakter och gratis marknadsföring inför allmänheten.

En bra presentation kan ge den där sista touchen och vara avgörande i kampen om ett jobb eller när man vill sälja in sina låtar. Att man sitter på bra material som man är riktigt nöjd med själv är en förutsättning för att man sedan ska lyckas få ut det på rätt sätt till kunden.

En av våra intervjupersoner berättar länge om alla jobb han fått genom åren och han är helt övertygad om att de inte hade kommit om han inte trott så mycket på sina egna idéer och även visat att han gjort det för dem. Han menar att man måste hjälpa sin kund på traven. Många beställare vet inte alltid själva exakt vad de är ute efter och är man osäker när man presenterar sitt material smittar det väldigt snabbt av sig och de kan istället bli misstänksamma över varför man inte vågar stå för det man gjort.

En bra presentation ska inte ta någon uppmärksamhet från det man presenterar utan snarare framhäva det. Det optimala är om kunden inte ens tänker på att det är en presentation utan istället är helt inne i det man presenterat. Är man riktigt nöjd med sitt material även när man jämfört med konkurrenter som lyckats behöver man dock sällan vara rädd för att lägga för mycket tid på presentationen. Man har mycket att vinna på att hela konceptet känns professionellt och välgjort. Dock ska det inte kännas överarbetat. Detta blir framförallt tydligt om låtmaterialet inte håller den höga nivå som ofta efterfrågas. De A&R:s vi pratat med säger att man märker direkt när någon lagt ner mer tid på omslaget än på själva musiken. Det är inget bra första intryck och leder oftast till att det fina omslaget och skivan åker i papperskorgen.

Om man lyckats nischa sig på ett originellt sätt eller lyckats med en tydlig profilering blir det också lättare att göra en tydlig presentation. Här kan man jobba mycket med färger, bilder och få till en grafisk profil för att hela paketet ska bli mer enhetligt och därav också slagkraftigt.

Allt det här är viktigt i alla typer av presentationer, så även på Internet. Det är många som gör anspråk på att få stå på toppen av isberget och för att nå dit krävs det nästan alltid att man lyckats riktigt bra med både presentation och produktion.

### **Kontaktnät:**

Att sköta sina kontakter över Internet kan vara väldigt smidigt och spara tid. Det är lätt att nå ut till många och ofta räcker det att skriva ett meddelande som man sedan kan göra ett massutskick av. Flera av våra intervjupersoner trycker på vikten av att se det som ett verktyg och inte något som ersätter att träffas på riktigt. I alla fall behöver man inte göra det men ofta kan det vara bra att träffas och skapa en stabilare relation där man lär känna varandra, kan titta varandra i ögonen och skaka hand.

Under vårt arbete använde vi oss av flera olika kontakter och provade ett par olika samarbetsvägar. På två av våra låtar sjöng en 18-årig artist från Stockholm. När man reser långt för att spela in i ett par dagar är det extra viktigt att man får allt runt omkring att fungera på ett smidigt och behagligt sätt. Allt som blir mindre lyckat utanför studion drabbar arbetet i studion på ett eller annat sätt. Därför är det viktigt att planera innan hur man ska göra med mat och sömn osv. Det är viktigt både för att ge ett seriöst intryck och för att skapa bra förutsättningar att göra ett bra jobb. Hur man jobbar i sådana här situationer syns i resultatet och sköter man det inte snyggt sprids ryktet fort.

För ett produktionsteam är ett bra kontaktnät a och o. Förutom att alltid skapa nya kontakter är det viktigt att vårda de man redan har. Ett gott rykte genererar jobb medan ett dåligt rykte kan leva kvar länge och förstöra alla framtida möjligheter till ett sådant.

På de två andra låtarna där vi ville ha manlig sång kunde vi inte lösa det med inspelning på plats. Då fick vi istället jobba över Internet och skicka filer fram och tillbaka. På grund av tidsbrist gick detta inte jättebra men vi fick sång på en av låtarna och den andra låten fick vi spela in temporär kvinnlig sång på istället. Detta var ändå något vi ville prova på just den låten så det fungerade bra som en temporär lösning.

## **7. Analys:**

Det var lätt att förutspå att det kunde bli en viss skillnad på svaren från våra intervjupersoner. Vi trodde att det delvis skulle vara två läger där A&R:s har sin synvinkel och producenterna/låtskrivarna sin. Den största skillnaden blev att diskussionerna drog åt något olika håll vilket var helt naturligt. Pratar man med en låtskrivare/producent glider man mycket lättare in på sånt som är produktionsrelaterat och man diskuterar mer tekniska detaljer om hur man verkligen uppnår ett bra resultat. Den kontakt vi hade med skivbolagsfolk handlade mer om presentationsbiten och själva slutresultatet på produktionerna. Ändå var alla överens om det mesta av det vi presenterade i vår resultatdel. Det är ofrånkomligt att man måste göra professionella produktioner och låtar för att ha någon som helst chans i konkurrensen. Sedan har folk såklart olika smak, men att produktionerna och låtarna måste hålla en hög nivå var alla överens om.

Vi var nöjda med att vi fick ihop produktionerna på alla låtar tillslut. Däremot hann vi inte med att spela in stämmor vilket är viktigt för att slutresultatet ska kännas professionellt. Vi känner själva att det brister här och var både med inspelningstekniken och i programmeringen av ljud osv. Här handlar det mycket om rutin och att höra hur man skruvar ljuden och effekterna på ett så optimalt sätt som möjligt. Inför mixningen kände vi att vi inte hade de mest optimala förutsättningarna. Vi mixade i hemstudiomiljö och saknade riktigt bra lyssning och en del plugins\* och annan teknisk utrustning. Vi blev ändå förhållandevis nöjda men är fullt medvetna om att det är en bit kvar på just de här låtarna. Utifrån intervjuerna och våra egna reflektioner tror vi att mycket av detta ligger i erfarenheten man får när man gått igenom de här processerna ett antal gånger till. Då hör man mer från början vad man behöver göra i varje skede och vad som är viktigt att fokusera på. Detta är t.ex. att man verkligen ser till så att all inspelning man gör, då framförallt sång, får extremt bra kvalitet. Sedan gäller det ju såklart att skaffa sig riktigt bra förutsättningar när det väl kommer till mixning men även mastring osv.

Att jobba över Internet med olika instrumentpålägg och framförallt sångpålägg tror vi kan fungera mycket bättre än vad det gjorde för oss. Mycket av det tror vi berodde på tidsbrist hos både oss och våra sångare. Ska detta fungera på ett bra sätt måste vi som upphovsmän ha flera chanser att tycka till om resultatet och påpeka ev. fel eller ändringar. Detta kan gå till så att sångaren spelar in en slask\* först som han sedan skickar för att få respons av oss. Beroende på hur bra det blir kan denna process behöva upprepas några gånger innan det är helt klart hur leadsången ska ligga. Först då kan sångaren köra fullt ut och se till att få flera bra tagningar på allt. Fördelar med detta kan vara att man sparar tid samt att sångaren lättare kan slappna av, ge allt och hitta sin röst utan att känna någon press. Nackdelen är att vi inte har samma möjligheter att gå in och påverka resultatet direkt när vi hör någonting. Vi kan inte heller få nya idéer av att sångaren provar något spontant i studion. I vårt fall han vi inte få testtagningar först, utan vi fick den färdiga sången direkt och kunde inte tycka till om resultatet.

På en av låtarna fick vi aldrig vår sång levererad. Detta tror vi kan vara ett vanligt problem och i sådana här situationer är det viktigt att veta hur man bäst agerar. För det första kan man gå till sig själv och försöka att aldrig lova något man inte hinner med. Det är lätt att ta på sig för mycket och när tiden går och man ändå inte hinner uträtta det man

ska kan det ibland vara lockande att fly – stänga av telefonen eller inte svara. Detta är något man absolut ska undvika eftersom det kan förstöra ens framtid för gott i den bransch man jobbar i. Det är alltid bättre att så fort man märker att det blir för mycket höra av sig och förklara läget. Då är det bättre att be om några dagar till eller meddela att man tyvärr inte hinner denna gång. I den situationen vi hamnade i kan det också vara viktigt att tänka på ens fortsatta samarbete med sångaren/sångerskan. Att människor tar på sig för mycket är förmodligen väldigt vanligt förekommande och i dessa situationer är det lätt att handla irrationellt. Tycker man att den personen man jobbar med är duktig och gärna vill fortsätta samarbetet kan det vara bra att höra av sig och berätta att det är lugnt. Att man förstår att det blivit för mycket och att det bara är att släppa det och gå vidare. Då blir det lättare att jobba ihop i ett framtida projekt och personen i fråga slipper känna sig dum. Alla vinner på att man reder ut saker och ting innan det går för lång tid. Detta är också en del i att skapa sig ett gott rykte och få en bra relation till sina samarbetspartners.

## **8. Slutsats:**

När det gäller att marknadsföra sig på Internet finns det flera möjligheter. Eftersom de vi presenterat är gratis finns det ingen anledning att inte testa allihop. Ju fler som hör musiken man gjort desto större blir chansen att någon också fastnar för det och vill ha någon form av samarbete.

Att det är smidigt och enkelt att sprida sin musik på nätet är både en fördel och en nackdel. Det kan vara lätt att glömma att man faktiskt borde lägga ner stor möda med att faktiskt få till någon form av kvalitet i sina verk. När man släpper musik på skiva finns oftast tanken där att man inte kan ändra något i efterhand. Det som är släppt är släppt. På Internet är det lätt att luras av att det är enkelt och smidigt att bara ladda upp en låt. Visst kan man ta ner den och lägga upp en ny version. Men vill man lyckas med sin musik och få ett gott rykte är det viktigt att man är noga med alla parametrar direkt och alltid leverera en professionell produkt.

## **9. Diskussion:**

### **Vad vi hade kunnat göra annorlunda?**

Det finns alltid saker man kan göra bättre och i produktionerna finns det alltid många vägar att gå. Det vi lärt oss är bl. a. att det aldrig skadar att ha några backup-planer ifall det inte alls går som man tänkt sig. Nu kunde vi lösa det med kvinnlig sång på den låten vi inte fick någon sång på först. Det bästa hade varit att ha 2-3 till alternativ på manlig sång också.

Intervjuerna var svåra att genomföra och detta upptäckte vi väl sent. Mycket av tiden i början gick till att skriva låtar och producera. Det bästa hade varit att ha mer tid till att boka in dem och leta alternativ tidigare. Ett möte på plats ger nästan alltid mycket mer än en intervju över mejlen. En eller ett par möten till hade vi hunnit med och det hade inte skadat. Men då hade det krävts att vi var ute och jagade alternativ tidigare.

### **Hur vi skulle kunna jobba vidare med projektet?**

Denna fråga fick vi bra svar på under ett par av intervjuerna. De tyckte att vi skulle fortsätta köra på med att skriva och producera låtar. När man presenterar sig för förlag är det bra att ha ett bra låtförråd eftersom de gärna ser att det finns någon form av kontinuitet i skapandet. Dessutom tyckte de det kunde vara bra att skriva mycket på leads\*, och till artister som finns och gärna i genres som går hem - där det finns en stor efterfrågan.

Det är den enda vägen, att fortsätta göra musik och försöka marknadsföra sig. Detta för att få den där rutinen som vi diskuterade på ett par av våra intervjuer. Då krävs det att man gjort ett gäng låtar och producerat mycket. Först då börjar det låta riktigt bra och då blir folk också intresserade av att köpa produktioner av oss.



## **Referenser:**

[www.myspace.com](http://www.myspace.com)

[www.facebook.com](http://www.facebook.com)

[www.youtube.com](http://www.youtube.com)

[www.songwritersresourcenetwork.com](http://www.songwritersresourcenetwork.com)

[www.songbox.com](http://www.songbox.com)

[www.trig.com](http://www.trig.com)

[www.virb.com](http://www.virb.com)

[www.allears.se](http://www.allears.se)

[www.last.fm](http://www.last.fm)

## **Bilagor:**

[www.myspace.com/unbornbabies](http://www.myspace.com/unbornbabies)