



Handelshøyskolen BI - campus Oslo

KLS 36851

Bacheloroppgave - Creative Industries
Management

Bacheloroppgave

Hologramkonserters inntog i norsk livebransje

Navn: Christina Marie Jahren, Juvian Cuevas,
Hanna Kvamme

Utlevering: 06.01.2020 09.00

Innlevering: 03.06.2020 12.00

Bacheloroppgave
ved Handelshøyskolen BI

«Hologramkonserters inntog i norsk livebransje»



Creative Industries Management

KLS36851 Bacheloroppgave

Utleveringsdato:

06.01.2020

Innleveringsdato:

03.06.2020

Stuedsted:

BI Oslo, Nydalen

Innholdsfortegnelse

<i>Innholdsfortegnelse</i>	<i>i</i>
<i>Forord</i>	<i>iv</i>
<i>Sammendrag</i>	<i>v</i>
1.0 Innledning	1
1.1 Tema	1
1.1.1 Temaets avgrensninger	2
1.2 Problemstilling	2
1.2.1 Begrepsdefinisjoner	3
1.3 Analyseformål	3
1.4 Undersøkelsesspørsmål (US)	3
2.0 Teoretisk forankring	4
2.1 Hologrammets utvikling	4
2.2 Publikumperspektivet	5
2.2.1 Forbrukeratferd og holdningsteori	6
2.2.2 Publikums opplevelse	7
2.2.3 Digitalisering	8
2.2.4 Etikk fra publikumperspektivet.....	9
2.3 Arrangørperspektiv	10
2.3.1 Opplevelsesøkonomi.....	11
2.3.2 Etikk fra arrangørperspektivet.....	11
2.4 Juridisk perspektiv	12
3.0 Metode	15
3.1 Forskningsprosess og design	15
3.2 Eksplorativt design - Kvalitativ metode	15
3.2.1 Dybdeintervju med publikum	16
3.2.2 Intervjuguide.....	17
3.3 Deskriptiv design - Kvantitativ metode	17
3.3.1 Definerings og operasjonalisering av variabler.....	18

3.3.2 Demografiske variabler	18
3.3.3 Psykologiske variabler	18
3.3.4 Psykografiske variabler	18
3.3.5 Validitet og reliabilitet	19
3.3.6 Utvalget	19
3.3.7 Datarensing	20
4.0 Analyse og presentasjon av funn.....	20
4.1 Analyse av publikumsintervjuer	20
4.2 Analyse av dybdeintervju med førsteamanuensis Irina Eidsvold-Tøien	23
4.3 Analyse av data fra spørreundersøkelsen.....	24
4.3.1 Deskriptiv data.....	25
4.3.2 Hypoteser (H)	26
4.3.3 Clusteranalyse.....	29
5.0 Funn og teori satt i kontekst.....	30
5.1 Publikums holdninger til hologramkonserter.....	30
5.2 Betalingsvilje	32
5.3 Etiske syn.....	33
5.4 Betydningen av publikums holdninger til teknologi (TRI).....	34
5.5 Forutsetninger blant publikum	35
5.6 Juridiske utfordringer.....	36
5.7 Oppsummering	38
Konklusjon	39
Kritisk vurdering og selvrefleksjon av studien	40
Til videre forskning	40
Referanseliste	41
Vedlegg	44
1.0 Verdikjede og pengestrøm	44
2.0 Intervjuguide.....	44

Intervjuguide - Publikum/konsument.....	44
Intervjuguide – Irina Eidsvold-Tøien	47
<i>3.0 Transkriberingsoversikt.....</i>	<i>48</i>
<i>4.0 Spørreundersøkelse.....</i>	<i>54</i>
<i>5.0 Clusteranalyse.....</i>	<i>56</i>
<i>6.0 Transkribering</i>	<i>59</i>
Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent A	59
Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent B	63
Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent C	68
Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent D	74
Intervjuguide - Dybdeintervju - Irina Eidsvold-Tøien.....	78

Forord

Denne bacheloroppgaven er en avsluttende oppgave på Creative Industries Management ved Handelshøyskolen BI, Oslo våren 2020. Da vi skulle melde inn temaet på høsten 2019, hadde vi allerede falt for musikkens felt. Interessen for hologramkonserter tok oss med storm etter publiseringen av Oddvin Aune sin artikkel hos NRK, samme høst. Vi fant dette temaet svært aktuelt da vi også oppdaget at “The Whitney Houston Hologram Tour” skulle settes opp på Folketeatret i 2020. Vi lurte derfor på hva dette fenomenet *egentlig* er, og om det finnes et marked for det i Norge.

Etter en lang periode med utforskning rundt hologramkonserter, observerte vi raskt hvor omfattende dette emnet var. Vi måtte dermed avgrense temaet, hvilket var mer utfordrende enn antatt. I tillegg har forfatterne av denne oppgaven ulike interesseområder, og vi har derfor funnet en kombinasjon av musikk, atferdspsykologi og jus for å forsterke og ivareta oppgavens innhold.

I denne oppgaven ønsket vi å undersøke hvordan publikum ser på hologramkonserter, og hvordan arrangørene forholder seg til fenomenet. Vi tok derfor kontakt med All Things Live, som arrangerer hologramkonserten på Folketeatret, men fikk verken intervju eller relevant informasjon om konserten. Vi kontaktet også organisasjonen Norske Konsertarrangører (NKA). De hadde ikke fått noen henvendelser på området, og stod ikke disponible til å bidra med informasjon om temaet. På bakgrunn av dette oppfattet vi at konsertarrangører i Norge kan ha en grunnleggende mangel på kunnskap og kompetanse angående hologramkonserter, i større grad enn forventet. Dette styrket motivasjonen ytterligere for å kartlegge hvilken plass hologramkonserter kan få i den norske livebransjen.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Audun Molde, som gjennom hele oppgaven har vist interesse og engasjement for vårt tema. Audun har vært en god støttespiller under hele prosessen, og vi takker for god rådgivning. Til slutt ønsker vi også å takke alle som har stilt sin tid til rådighet, enten gjennom besvarelse av intervjuer eller spørreundersøkelse.

Sammendrag

Studien tar for seg fenomenet *hologramkonserter*, og plassen denne underholdningsformen kan få i den norske livebransjen. For å utforske dette nærmere belyser vi konseptet fra flere perspektiver, sett fra et objektivt ståsted. Herunder besvarer vi følgende problemstilling:

“Hvordan kan publikums holdninger til hologramkonserter, skape muligheter og utfordringer for konsertarrangører i den norske livebransjen?”

Problemstillingen er på sin side delt opp i seks undersøkelsesspørsmål, knyttet til forbrukeren (*publikum*) og markedet (*arrangører*). Herunder benytter vi kvalitative og kvantitative metoder, i form av dybdeintervjuer og spørreundersøkelse. Publikums perspektiv står sentralt i studien, gjennom at vi kartlegger deres holdninger til hologramkonserter. Perspektivet forankres i forbrukeratferd og holdningsteorier. Dette knytter vi opp mot publikums åpenhet for teknologi gjennom *Technology Readiness Index* (TRI), samt deres interesse for musikk og konserter. Funnene som skiller seg ut fra publikumsperspektivet er den relativt jevne fordelingen av positive og negative holdninger til hologramkonserter, og hvordan disse er basert på nysgjerrighet og mangel på kunnskap.

Funnene blir vurdert i forhold til arrangører i norsk livebransje, for å fastslå mulighetene og utfordringene som disse kan stå overfor ved hologramkonserter. Arrangørens perspektiv er også en viktig del av denne studien. Her forankrer vi perspektivet i teorier rundt opplevelsesøkonomi, etikk, samt juridiske rammeverk. Det blir tydeliggjort at arrangører av hologramkonserter må forholde seg til klarering av ulike rettigheter, ifølge norsk åndsverklov. Vi oppdaget også at det blir særlig viktig for arrangørene å fremheve de unike egenskapene ved hologramkonserter. Herunder å skape en totalopplevelse av høy kvalitet, for å kunne måle seg med ordinære konserter.

Å navigere hologramkonserterers plass i den norske livebransjen, utgjøres dermed av et komplekst nett av aktører og perspektiver. Vi håper derfor at denne studien kan bidra til å nøste opp i dette - og inspirere til videre forskning på temaet.

1.0 Innledning

1.1 Tema

I 2012 ble 80.000 mennesker på musikkfestivalen Coachella vitne til at rapperen Tupac dukket opp på scenen, 16 år etter sin død. Noe som ble gjort mulig gjennom et hologram (Aune, 2019). Til tross for at denne hendelsen ble omtalt som en tredimensjonal (3D) hologramkonsert, var det egentlig en illusjon i todimensjonal form (2D). Tupac sin fremføring var laget gjennom et audiovisuelt konsept som benytter seg av CGI (*computer-generated imagery*), i tillegg til den grunnleggende teknikken for illusjoner, brukt på 1900-tallet, kalt *Pepper's Ghost*. Madonna og Gorillaz brukte blant annet dette under the Grammys i 2006 (Ifeanyi, 2019).

Dette sceneformatet har dermed gjort det mulig for publikum å oppleve deres favorittartister, som Michael Jackson, Roy Orbison og Frank Zappa, i kraft av denne teknologien. Her får publikum servert velkjente hits, bevegelser og stemmebruk gjennom illusjoner. På denne måten skaper hologramkonsertene muligheter til å nå nye generasjoner, som ellers ikke ville opplevd artistene 'live'.

For tre år siden gjorde arrangøren Live Nation et forsøk på å arrangere en hologramkonsert med Ronnie James Dio, som ble avlyst grunnet dårlig billettsalg. I mars 2020 skulle "The Whitney Houston Hologram Tour" settes opp på Folketeatret i Oslo. På grunn av utbruddet av viruset COVID-19, ble denne konserten utsatt på ubestemt tid. Det planlagte arrangementet var nesten utsolgt, hvilket kan indikere at den norske livebransjen og publikum nå er blitt modent for dette sceneformatet. Det skal poengteres at hologramkonserter allerede har blitt benyttet over lenger tid, og da spesielt i Asia. En av de største suksessene er J-pop artisten Hatsune Miku. Dette er et hologram i form av en anime-karakter som benytter en vokal gjennom et såkalt Vocaloid-programvare (Hutchinson, 2014). I USA, der markedet for hologramkonserter allerede eksisterer, er hologram hovedsakelig i form av menneskeskikkelser. Disse hologrammene er faktiske 'bilder' av avdøde artister, hvor vokalen spilles av gjennom et lydopptak.

Aktualiseringen av temaet kan gjenspeiles i hvordan musikkbransjen har utviklet seg frem til i dag. Det har lenge eksistert et marked for å oppleve artister, som ikke lenger er aktive. Eksempler på dette er cover- og tributeband, som opptrer så

og si identisk med de originale artistene. Blant annet artister som Elvis, ABBA og Queen er produkter av dette. Et slikt nostalgimarked er svært profitabelt, og kan bekreftes ved at fire av topp 10 turnerende artister i 2018 var såkalte “legacy acts”: The Eagles, Roger Waters, U2 og The Rolling Stones (Ifeaniy, 2019). Suksessen i dette nostalgimarkedet indikerer at publikum har et ønske om å oppleve de store stjernene igjen og igjen. Hologramkonserter kan anses å være en utvidelse av dette konseptet.

Vi betrakter hologramkonserter som en digital innovasjon som vi tror kan påvirke den norske livebransjen. Dette krever en etterspørsel fra publikum og et tilbud fra arrangører. Vi vil derfor gjennom denne studien utforske det norske publikum sine holdninger til hologramkonserter, og hvordan dette kan føre til muligheter og utfordringer for arrangører i livebransjen.

1.1.1 Temaets avgrensninger

I denne studien avgrensner vi hologramkonserter til de konsertene som benytter hologramteknologi for å fremstille avdøde artister, hovedsakelig fra det vestlige markedet. Videre observerer vi en grunnleggende mangel på forskning rundt hologramkonserter og deres plass i musikkbransjen. Dette har skapt utfordringer for vår forskningsprosess, da det er lite statistikk og fagfelleverdert litteratur på temaets område. Til tross for at dette sceneformatet er benyttet over lenger tid i andre deler av verden, er det likevel et nytt og uetablert konsept i norsk livebransje. Et eksempel som gjentas i vår studie, er den amerikanske arrangøren Base Hologram og deres produksjon av “The Whitney Houston Hologram Tour” (heretter Base Hologram/Houston) for å illustrere bransjen fra en aktør sin side. I norsk livebransje retter vi oss mot virksomheter som arrangerer konserter med artister, slik som All Things Live Norway.

1.2 Problemstilling

“Hvordan kan publikums holdninger til hologramkonserter, skape muligheter og utfordringer for konsertarrangører i den norske livebransjen?”

Dette er en *kausalt* problemstilling, som skal kunne gi en forklaring på hvorfor noe er som det er. Studien vil derfor være et forsøk på å besvare, eller i det minste

nærme oss, problemstillingen over. Den består av en rekke begreper som defineres og avgrenses i punktet under.

1.2.1 Begrepsdefinisjoner

Publikum: Gruppen av mennesker som er åpen for å konsumere musikk gjennom fysisk konsertbesøk.

Holdninger: En “lært predisposisjon til å opptre på en konsistent positiv eller negativ måte i forhold til et gitt objekt” (Schiffman, Kanuk & Hansen, 2012, s. 233). Begrepet anvendes på en nyansert måte, for å gi en forståelse av publikum sin oppfatning av temaet.

Hologramkonserter: Konserter som presenterer avdøde artister gjennom bruk av audiovisuell teknologi, samtidig som de er akkompagnert av et fysisk liveband. Denne hologramteknologien er en optisk illusjon i 2D.

Konsertarrangører: Aktører som organiserer eller tar del i den økonomiske risikoen, som er spesifisert gjennom en kontrakt med artisten. Disse kan både være kommersielle og ikke-kommersielle (Hjelmbrekke, 2017, s. 9).

Livebransjen: Omfatter selskaper som har konsert- og festivalavvikling som deres primærvirksomhet (Torp, Gran, Tøien & Theie, 2017, s. 19). En konsert som skjer ‘live’, er en fremføring av musikk som skjer til et gitt publikum, over begrenset tidsrom. Det vil ikke være annen tilgjengeliggjøring av konserten enn å være en del av den, enten som crew, musikere eller publikum.

1.3 Analyseformål

Analyseformålet er i første rekke å kartlegge publikum sine holdninger til hologramkonserter. Innenfor dette undersøker vi hva som skal til for at publikum velger å dra på en hologramkonsert. Ved å kartlegge holdningene, kan vi få et innblikk i hvilke muligheter og utfordringer konsertarrangører kan stå overfor.

1.4 Undersøkelsesspørsmål (US)

For å kunne tilnærme oss problemstillingen har vi utarbeidet seks undersøkelsesspørsmål, kategorisert etter om de berører *forbrukeren* (publikum) eller om de er knyttet til *markedet* (arrangør). Dette belyser temaet fra flere perspektiver, og gir en dybde til analysen.

Forbruker
<p>US1: Hvordan er publikums holdninger til hologramkonserter?</p> <p>US2: Hvor høy er betalingsviljen til publikum overfor hologramkonserter?</p> <p>US3: Hvilke etiske syn har publikum på hologramkonserter?</p> <p>US4: Har publikum sin holdning til teknologi (<i>technology readiness</i>), påvirkning på deres holdning til hologramkonserter?</p>
Marked
<p>US5: Hvilke forutsetninger blant publikum er nødvendige for at arrangører skal kunne oppnå økonomiske muligheter med hologramkonserter?</p> <p>US6: Hvilke juridiske utfordringer kan hologramkonserter innebære for konsertarrangører?</p>

2.0 Teoretisk forankring

For å kunne besvare vår problemstilling, må det foreligge et teoretisk grunnlag.

Først forteller vi om hologrammets utvikling og teknologien bak

hologramkonserter, deretter belyser vi tre hovedperspektiver: *publikum*, *arrangør* og *jus*. Innenfor perspektivene anvendes relevante sekundærkilder som statistikk, teorimodeller, faglitteratur, samt aktuelle artikler. Siden publikum og arrangører utgjør ulike deler av livebransjens verdikjede og pengestrøm (vedlegg 1.0), kreves det derfor ulik teoretisk tilnærming. Ved å avdekke publikums holdninger til hologramkonserter på den ene siden, kan vi også oppdage hvilke muligheter og utfordringer som ligger latent for arrangørene på den andre siden. Avslutningsvis i dette punktet, belyser vi juridiske aspekter rundt livebransjen.

Da det ikke eksisterer vitenskapelig faglitteratur om hologramkonserter, skal denne kombinasjonen av teori støtte opp under problemstillingen, samt bidra til videre undersøkelse og analyse av datainnsamlingen.

2.1 Hologrammets utvikling

Fremstillingen av Tupac på Coachella i 2012 var i realiteten et ferdig utarbeidet filmopptak av en levende skuespiller, som hadde innøvd bevegelsene til Tupac. Gjennom bruk av CGI, fusjoneres bilder og mimikk fra den originale Tupac og inn i hologrammet. Denne fremføringen blir deretter projisert nedover på en

reflektert overflate, som “spretter” det bevegelige bildet opp på en tett trukket og transparent folieskjerm (Ifeanyi, 2019).

Teknikker innenfor hologram og fagområdet holografi, har dog eksistert i lang tid. Ordet holografi betyr “tegning av det hele”, og kommer av at hologrammet gjengir et objekt i sine tre naturlige dimensjoner (Skipnes, 1990). Det første hologrammet ble laget i 1949, da elektroingeniøren Dennis Gabor forsøkte å forbedre bildet i sitt elektronmikroskop. Men det var ikke før i 1960, da laseren kom, at utviklingen skjøt fart. Gjenstandene i et hologram, som synes å opptre i sin naturlige form, er en *optisk illusjon*. Når hologrammet blir belyst på riktig måte, vil det gjenskape lysbølgene fra det originale motivet. Siden den gang har teknologien rundt hologrammer vært i stadig utvikling. Konseptet med hologramkonserter er likevel på et ungt stadium. Arrangøren som er fremst på området i vesten er Base Hologram, som også står bak “The Whitney Houston Hologram Tour”. Svakheten med deres hologramteknologi, er at den per nå ikke kan projisere et tredimensjonalt bilde av artistene. Dette fører til at enkelte seter ved visse konsertlokaler ikke kan bli solgt, på grunn av problemer med vinklene i forhold til hologrammet (Ifeanyi, 2019).

Teknologien som benyttes i hologramkonserter er en kombinasjon av avansert audiovisuell teknologi og den gamle illusjonsteknikken Pepper’s Ghost. Sistnevnte ble popularisert av den britiske forskeren John Henry Pepper, som debuterte i 1862 med sin egen sceneproduksjon av Charles Dickens roman "The Haunted Man and the Ghost’s Bargain". De grunnleggende mekanismene involverer et reflektert bilde som gir en illusjon av noen/noe i sin fysiske form.

2.2 Publikumperspektivet

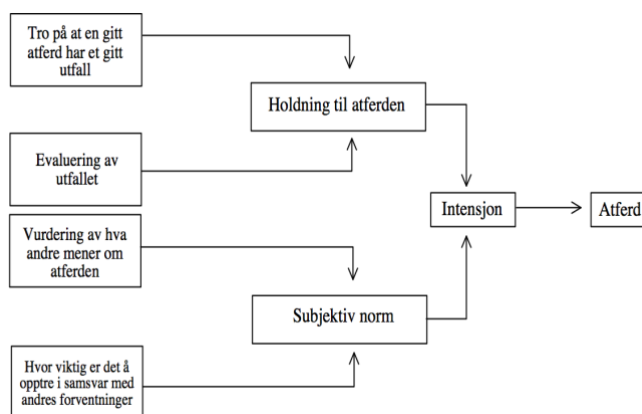
Den norske befolkningen går i gjennomsnitt 2,5 ganger på konsert i året (Statistisk sentralbyrå [SSB], 2020). Likevel har ikke det norske publikummet enda hatt muligheten til å oppleve en hologramkonsert (per juni 2020). For å kartlegge publikum sine holdninger til hologramkonserter, benytter vi oss i utgangspunktet av ulike holdningsteorier. Da publikummet ikke vil ha tilegnet seg en fremtredende holdning til dette objektet enda, anvender vi litteratur fra andre fagområder for å skape en ramme rundt tematikken. Herunder forbrukeratferd og holdningsteori, samt digitalisering og etikk.

2.2.1 Forbrukeratferd og holdningsteori

Når holdning omtales innenfor forbrukeratferd, knyttes det opp mot atferd til et menneske. Herunder presiserer Asheim (1997) at holdninger innebærer mer enn tanker og følelser knyttet til et objekt, blant annet hvordan vi handler og reagerer. Holdninger er dermed *ikke* konsistente. Videre er holdninger med på å bygge menneskers identitet. I Beckmanns (2019) rapport om ungdommers musikkbruk, beskrives tydelige tegn på at musikk er en del av identiteten til et menneske. Ut ifra dette kan vi tolke at musikk er en stor del av menneskers hverdag, uansett måten det konsumeres på. Dette kan indikere at mennesker allerede har tilegnet seg grunnleggende holdninger til musikk.

To sentrale modeller som benyttes for å systematisere holdningsdannelse, er *Trekomponentmodellen* og *The Theory of Reasoned Action (TRA)*. Schiffman et al. (2012) deler trekomponentmodellen inn i: de *kognitive*, *affektive* og *konative* delene. Den kognitive delen fortelle hvilken kunnskap som publikum har om hologramkonserter. Den affektive delen handler om publikums opplevelser, følelser og assosiasjoner knyttet til hologramkonserter. Den konative delen omhandler intensjonen som ligger bak valget av å gå på en hologramkonsert.

Videre benytter Schiffman et al. (2012) TRA-modellen til å forklare holdningers opphav. TRA har likhetstrekk med trekomponentmodellen, men deles opp i: *holdninger*, *subjektive normer* og *atferdsmessig intensjon* (Figur 2.1). Subjektive normer omhandler den påvirkningen man står ovenfor fra sosialt miljø, som vil påvirke de atferdsmessige intensjonene til forbrukeren. TRA-modellen vil dermed kunne forklare om et menneske handler rasjonelt og overveid, fremfor ubevisst og automatisk.



Figur 2.1: *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Vi har benyttet disse modellene til utforming av intervjuguider og spørreundersøkelse, som en del av metoden for datainnsamling. Vi er oppmerksomme på at det er vanskelig å tilegne seg en holdning til noe man ikke har kunnskap eller erfaring om. På grunn av dette ser vi på aspekter som er med på å danne publikums holdning til hologramkonserter. Disse baseres på teknologi og innovasjon, samt musikk og konserter.

2.2.2 Publikums opplevelse

Noen karakteristiske faktorer som gjør konserter til unike opplevelser er det fysiske møtet mellom kunstnerne og publikum. I tillegg foregår dette møtet på ett bestemt sted, til en bestemt tid og med et bestemt publikum (Molde, 2020). Det at hologramkonserter ikke har en fysisk levende artist på scenen, kan medføre en fremmedgjøring mellom sal og scene. Det vil derfor være grunnleggende å forstå publikums preferanser rundt opplevelsen til en ordinær konsert for å videre undersøke dette opp mot holdninger til hologramkonserter. Her tar vi utgangspunkt i hva en *konsertopplevelse* er, gjennom å gå separat inn på hva en *konsert* og *opplevelse* innebærer.

En konsert kan defineres som “*en framføring av levende musikk for et publikum, hvor musikken selv står i sentrum for begivenheten*” (Ruud & Sunde, 2020). En generell konsertopplevelse inneholder publikum, scene og artist; med eller uten band. Uavhengig av størrelsen på konsertlokalet, artisten og publikum, vil det alltid være en mellommenneskelig kontakt mellom artisten og dens publikum, i form av interaksjon og tilstedeværelse.

I lys av forbrukeratferd, defineres en opplevelse som “*innholdet av en persons subjektive erfaring, enten det henger sammen med ytre sansepåvirkning (persepsjon), emosjonell tilstand (følelse), tankeprosesser eller motivasjon*” (Teigen, 2016). Dette henger sammen med hvordan menneskelig atferd ikke kan forklares med ren teori, men må knyttes opp mot følelser og fantasi (Holbrook & Hirschman, 1982). En opplevelse kan med andre ord forklares som en *aktivitet* eller et *forbruk* som dekker de følelsesmessige behovene. Konserter er derfor med på å skape en opplevelse for publikum.

For å illustrere hvordan publikum kan oppleve hologramkonserter vil vi belyse en konsertanmeldelse av Base Hologram/Houston i Manchester Apollo av Gary Ryan (2020). Ryan trekker frem flere momenter ved selve konsertopplevelsen. Under hologramkonserten var det først og fremst ingen spontanitet, interaksjon eller drama over om Houston traff den høye tonen eller ei. Et annet moment var at mobilkameraet ikke klarte å fokusere på hologramartisten, da kameraet ikke klarer å oppfatte et hologram. Ryan mener derfor at det var mer interessant å observere hvordan publikum reagerte på hologramkonserten, i forhold til det som faktisk skjedde på scenen. Publikum ropte og vinket til hologrammet og flere gråt i løpet av konserten. Applaus ble også gitt etter hver låt, noe som Ryan (2020) sammenligner med å si "Tusen takk" til en selvbetjeningskasse.

Reaksjonene som Ryan beskriver, kan indikere noe om hvordan hologramkonserter oppleves, og om de faktisk bør betraktes som konserter eller bare som opplevelser. Grunnleggende faktorer som kjennetegnes ved en livekonsert er artistens tilstedeværelse og spontanitet. Dette vil ikke oppstå under en hologramkonsert (Humphries, 2019) og derfor kan man lure på om det rettferdiggjør å kalle dem konserter.

2.2.3 Digitalisering

Ifølge Pettersen (2018) utgjøres digitaliseringen av flere aspekter. Disse dreier seg om: endringen av noe fra et fysisk til et digitalt format, kommunikasjon med, og gjennom, teknologi, samt endringene dette bidrar til - både i samfunnet og i kulturen. Hun beskriver også at en konsekvens av digitaliseringen, er hvordan utviklingen av digitale verktøy i noen tilfeller kan bidra til en nedgang i sosiale forbindelser for enkeltpersoner. Her trekker hun også inn hvordan individer gjennom dette risikerer å miste tilknytningen til deres kollektive sosiale identiteter. Dette synet på digitalisering kan være relevant i forhold til hvordan publikum mister interaksjonen med artisten ved hologramkonserter.

Videre utgjøres digitaliseringen av den stadig mer utbredte bruken av digital teknologi. For å måle modenheten blant det norske publikum i livemarkedet, kan vi delvis se på publikums tilbøyelighet til å ta i bruk teknologi. I vår studie implementerer vi dette gjennom *Technology Readiness Index* (TRI). Denne indeksen baserer seg på å måle enkeltpersoners tilbøyelighet til å omfavne ny

teknologi. Tilbøyeligheten til å ta til seg teknologi er basert på en kombinasjon av positive og negative følelser om teknologi og innovasjon. Disse følelsene måles gjennom spesifikt utformede spørsmål i spørreundersøkelsen vår, som berører både positive aspekter ved teknologi i form av optimisme og innovativitet, så vel som negative aspekter i form av ubehag (*discomfort*) og usikkerhet (*insecurity*). Dette da de positive følelsene kan drive mennesker mot ny teknologi, mens de negative følelsene kan holde dem tilbake (Parasurman, 2000, s. 308-309). Dermed kan en score på TRI indikere noe om publikums mottakelighet for bruk av teknologi og innovasjoner, slik som bruk av hologrammer på konserter.

2.2.4 Etikk fra publikumperspektivet

Det er omstridt hvorvidt det er etisk riktig å akseptere at en avdød artist fremstilles som et hologram (Myers, 2019). I dette punktet vil vi derfor identifisere tanker innenfor etikk og moral, relevant for publikum.

Moral er noe som mennesker lærer gjennom oppveksten når en omgås med andre mennesker, og setter grenser for hva en person bør og ikke bør gjøre. *Etikk* er på sin side teoretiske betraktninger om moral. Innenfor dette vil vi trekke frem *konsekvensetikk* (*nytteetikk*), samt *pliktetikken* til Immanuel Kant (1785). I korte trekk er forskjellen mellom disse at konsekvensetikken er mest opptatt av utfallet eller nytten av handlingen, enn selve handlingen. Motsatt, setter pliktetikken handlemåten fremfor utfallet av handlingen. Et urokkelig prinsipp ved pliktetikken er at en respekterer medmennesker, gjennom å ikke krenke eller utøve vold mot dem (Christensen, 2017, s. 169).

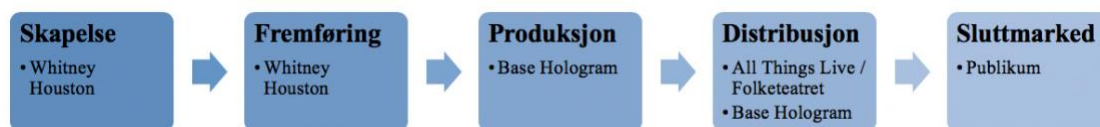
Publikumsgjengere som lener seg mot konsekvensetikken, vil kunne anse hologramkonserter som en positiv mulighet til å oppleve en avdød artist, gjennom moderne teknologi. Pliktetikerne vil på sin side vurdere hvordan arrangører tjener på avdøde artister, og om de blir krenket i prosessen av å bli transformert til et hologram, noe som artistene ikke har gitt personlig tillatelse til da de var i livet. Publikum kan dermed oppleve en *moralsk dissonans* rundt hologramkonserter. Herunder at de kan kjenne på et ubehag ved å utføre en moralsk tvilsom handling, ved å akseptere slike konserter (Christensen, 2017).

2.3 Arrangørperspektiv

I dagens musikkmarked står konsertvirksomheter igjen som vinnerne, da de utgjør den største andelen av de totale inntektene i norsk musikkbransje. Rapporten *Kunst i tall 2018* viser at musikkbransjens samlede inntekter var på 5 020 MNOK i 2018, der konsertinntektene utgjorde 56% av dette. Dette illustrerer hvor stort konsertmarkedet er, kontra innspilt musikk (19%) (Haave, Helgeland, Kaur, Slemdal, & Sjøvold, 2019, s. 19-25). Riktignok har inntektene økt grunnet stigning i billettpriser, men det sier likevel noe om størrelsen og stabiliteten på konsertmarkedet. Ut ifra dette tolkes det som at publikum både er betalingsvillige, og har et ønske om å dra på konserter.

Dersom tilbud og etterspørsel er tilstede, antar vi at hologramkonserter kan få en plass i livemarkedet, som en *substitutt* for en ordinær konsert. Bakgrunnen for dette er at hologramkonserter er et produkt som ikke er identisk, men dekker det samme behovet hos publikum (konsertopplevelsen) - og derfor konkurrer i det samme markedet (Selnes & Lanseng, 2015, s. 27-28). Likevel er hologramkonserter fordelaktig da de ikke har direkte konkurranse fra artisten selv.

For å kunne forstå en arrangør sitt perspektiv, må vi plassere dem i kontekst med resten av musikkbransjen. Herunder er det viktig å presisere at en aktør kan ha flere roller, slik som Base Hologram er en arrangør, men har også valgt å produsere hologramkonserter. De komplekse verdisystemene som musikkbransjen består av, kan for enkelhetens skyld navigeres gjennom den *klassiske verdikjeden* (Eidsvold-Tøien et al., 2019). For å illustrere arrangørens plass i en slik konsertproduksjon, vil vi ta utgangspunkt i eksemplet med Base Hologram/Houston.



Figur 2.2: *Klassisk verdikjede (Eidsvold-Tøien et.al, 2019)*

Whitney Houston plasseres i leddene *Skapelse* og *Fremføring*, da hun er opphaver av sine sanger, og lydopptak av hennes stemme spilles av under konserten. Base Hologram plasseres i leddet *produksjon* og *distribusjon* da de står for produksjonen av konserten, men også er en arrangør. All Things Live er

distributør i Norge og står ansvarlig for å utføre denne gjennom scenen på Folketeatret. Til slutt finner vi publikum i *sluttmarkedet*, som kjøper billett til hologramkonserten. I denne situasjonen er All Things Live den lokale arrangøren, da det er en internasjonal konsertproduksjon. For å forstå hvilke muligheter og utfordringer arrangører står overfor i forbindelse med hologramkonserter, ønsker vi å trekke frem elementene opplevelsesøkonomi, etikk og jus.

2.3.1 Opplevelsesøkonomi

Konsertmarkedets økonomiske dominans i musikkbransjen, kan knyttes til opplevelsesøkonomien som vi lever i. Opplevelsesøkonomi er beskrevet som "*en virkelighet der opplevelser danner grunnlag for verdiskapning og innovasjon fordi de er blitt et økonomisk mål for forbrukerne*" (Pedersen, 2012). I sammenheng med beskrivelsen av opplevelsesøkonomi, definerer Pedersen (2012) en opplevelse som "*en begivenhet eller en hendelse av minneverdig karakter*". I denne kontekst blir en opplevelse dermed et fenomen som går under utallige navn, der en konsertopplevelse bare er én betegnelse på hva det kan være.

Opplevelsesøkonomien preger særlig de vestlige samfunnene, da de grunnleggende behovene til mennesker i de fleste tilfeller er dekket. Dette har ført til at folk i økende grad har mer tid og energi, men fremfor alt penger, til å bruke på opplevelser, da disse bidrar til spenning og livsglede. En naturlig konsekvens av dette, kombinert med at oppmerksomhet er et knapphetsgode blant individer, er at aktører i opplevelsesøkonomien kontinuerlig prøver å finne nye måter å skape opplevelser på (Krokan, 2015, s. 61-64). Slik som en hologramkonsert er blitt en ny underholdningsform.

2.3.2 Etikk fra arrangørsperspektivet

I dette perspektivet tar vi utgangspunkt i *egeninteressens problem*, og knytter dette opp til hvorvidt det er etisk riktig å produsere og arrangere hologramkonserter. Musikkjournalisten Simon Reynolds uttaler seg i The Guardian om etikken rundt hologramkonserter, og går så langt som å kalle dette "*ghost slavery*". Dette gjelder spesielt når det er gjort uten samtykke fra artisten, og snarere av artistens eiendom (*estate*) i samarbeid med plateselskapet eller turnépromotøren. Hvilket er tilfellet med Base Hologram/Houston. Reynolds trekker også frem at hologramkonserter er en form for urettferdig konkurranse,

der etablerte stjerner fortsetter sin markedsdominans etter døden og kveler mulighetene for nye artister (Owen, 2019). Sett fra et slikt etisk perspektiv blir artistenes merkevare dermed utnyttet som en “melkeku”.

Humanitetsformuleringen i det kategoriske imperativ av Immanuel Kant (1785), belyser dette da det legger ned et forbud mot å bruke en annen person bare som et middel til å oppnå noe – uansett hvor storslagent målet er. I denne sammenheng vil artisten brukes som et middel for å oppnå økonomisk inntjening, gjennom at skikkelsen brukes i hologramkonserter. Dette er en etisk utfordring som henger sammen med *egeninteressens problem*. Egeninteressen er den motiverende drivkraften bak økonomisk virksomhet (Christensen, 2017). Problemet oppstår da arrangører av hologramkonserter baserer virksomhetene sine på egeninteressen.

2.4 Juridisk perspektiv

Det juridiske aspektet ved hologramkonserter er vesentlig i en slik studie. Bakgrunnen for dette er at artister som døde for flere år siden, ikke var klar over fremtidens hologramteknologi. De ville dermed sannsynligvis ikke gitt samtykke til denne spesifikke bruken av sitt arbeid og image (Myers, 2019). I dette punktet definerer vi først juridiske begrep gjennom lovparagrafer og rettslig grunnlag som benyttes i dette perspektivet. Deretter utdyper vi hvordan en ordinær konsert arrangeres, og hvordan arrangøren må forholde seg til andre aktører, samt det norske lovverket gjennom en slik prosess.

Arrangører i livebransjen, må forholde seg til den norske *Åndsverkloven* (heretter åvl.). Formålet med denne loven er å gi rettigheter til de som skaper, fremfører og investerer i *åndsverk*. Dette er litterære eller kunstneriske verk, slik som musikkverk. Den som skaper et slikt åndsverk, har *opphavsrett* til verket, og betegnes som opphaver. Denne loven skal avgrense rettighetene, med sikte på å ivareta en balanse mellom opphaveren på den ene siden og allmennhetens interesse på den andre, jf. åvl. §§ 1 og 2. Et eksempel på dette er når arrangøren Base Hologram må innhente rettigheter fra Whitney Houston's Estate for å benytte seg av lydopptakene til hologramkonsertene. Vi baserer denne teoridelen på følgende rettsgrunnlag:

Åvl.	Utdrag/sitat
§3	(1) Opphavsretten gir enerett til å råde over åndsverket ved å b) gjøre verket tilgjengelig for allmennheten. (2) Verket gjøres tilgjengelig for allmennheten når c) verket fremføres offentlig.
§5	(2) Et verk må ikke endres eller gjøres tilgjengelig for allmennheten på en måte eller i en sammenheng som er krenkende for opphaverens eller verkets anseelse eller egenart. (4) Opphaveren kan ikke gi avkall på denne retten.
§11	(1) Vernetiden for opphavsrett varer i opphaverens levetid og 70 år etter a) utløpet av opphaverens dødsår for verk med én opphaver
§21	(1) Lydopptak av utøvende kunstners prestasjoner kan mot vederlag gjøres tilgjengelig for allmennheten ved offentlig fremføring og overføring til allmennheten. (2) Både produsenten av opptaket og de utøvende kunstnere hvis fremføring gjengis, har krav på vederlag. (6) Vederlagsplikt etter denne paragrafen gjelder i 70 år etter utløpet av det året som opptaket første gang ble utgitt eller offentliggjort.
§104	(1) Fotografi som avbilder en person, kan ikke gjengis eller vises offentlig uten samtykke av den avbildede. (2) Vernet gjelder i den avbildedes levetid og 15 år etter utløpet av avbildedes dødsår.

Tabell 2.1 relevante paragrafer fra Lov om opphavsrett til åndsverk av 15. juni 2018 nr 40 – Åndsverkloven

Ved en ordinær konsert vil partene være konsertarrangøren og artisten, eller dens representanter. Ifølge Dalchow (2019) vil det først sendes en forespørsel til arrangøren om å sette opp en konsert med den aktuelle artisten. Gjennom opplysninger som arrangøren får fra artistrepresentanten, lager arrangøren et budsjett og en økonomisk kalkyle for risikoen ved arrangementet. Dersom tilgjengelige datoer klaffer og regnestykket viser positive tall, vil som regel arrangøren prøve å få til en avtale. Angående slike kontrakter trekker Dalchow frem at de fleste konserter ikke baserer seg på budgivning, men at det er forhandlinger som til slutt resulterer i en juridisk bindende avtale (2019, s. 278).

Prisen som arrangøren må betale artisten vil variere fra avtale til avtale, men som regel innebærer de største utgiftene selve honoraret til artisten og de variable kostnadene (reise, hotell, lys o.l.). Publikumskapasiteten på konsertlokalet vil blant annet gi en sterk indikasjon på selve størrelsen av *honoraret*. En høy andel av de variable kostnadene knytter seg dog til artisten sin *rider* (Dalchow, 2019).

Dette er en spesifisert liste over produksjonens tekniske og praktiske (*hospitality*) detaljer og ansvarsområder, som arrangøren igjen må sørge for å oppfylle.

I tillegg til momentene nevnt over, er arrangøren også pliktig til å innbetale vederlag til TONO. TONO er en norsk organisasjon som forvalter de økonomiske rettighetene til komponister, tekstforfattere og musikkforlag. De krever inn og utbetaler vederlag for offentlig fremføring til opphaverne – og har dermed ansvaret for all offentlig bruk av medlemmenes åndsverk. TONO samarbeider også med andre vederlagsorganisasjoner i ulike land, under paraplyorganisasjonen CISAC. Gjennom dette samarbeidet samler TONO inn penger fra disse organisasjonene, når åndsverk av deres medlemmer spilles offentlig i utlandet (Rognstad, 2019). Et eksempel på dette er at All Things Live må betale vederlag til TONO, for bruken av Whitney Houstons komposisjon og sangtekst som spilles av på Folketeatret - som TONO igjen betaler ut til artistens vederlagsorganisasjon.

Dersom det avspilles lydopptak på, eller i løpet av, konserten anses dette som en offentlig tilgjengeliggjøring av musikk. Da må arrangøren også innbetale vederlag til Gramo for bruk av disse lydopptakene. Gramo er en norsk, frittstående organisasjon som innkrever og forvalter vederlag til utøvende kunstnere og produsenter, når deres lydinnspillinger kringkastes i Norge. Gramo er godkjent av Kulturdepartementet, og har en egen lovparagraf i den norske Åndsverkloven, jf. § 21. Arrangører kan altså tilgjengeliggjøre musikk på sitt arrangement, men må betale for bruken. Paragrafen omfatter ikke såkalt “ikke-vernet musikk”. Dette er lydopptak der verken plateselskapet, musikerne eller artistene kommer fra et land som har signert Romakonvensjonen. Et viktig land som ikke har underskrevet Romakonvensjonen, er USA (Rognstad, 2019). Herunder vil ikke en amerikansk artist som spiller på norsk jord, få vederlag fra Gramo.

Når en samler faktorene over vil de totale kostnadene for en arrangør variere kraftig i forhold til hvor stor artisten er, etterspørselen i markedet og størrelsen på konsertproduksjonen (Dalchow, 2019). Videre i vår analyse (se punkt 4.0) vil vi sammenligne en ordinær konsert opp mot en hologramkonsert og avduke de juridiske forskjellene en arrangør må forholde seg til.

3.0 Metode

I dette punktet utdyper vi hvilke metoder vi har benyttet for denne studien, og utvalget som har deltatt på våre dybdeintervjuer og spørreundersøkelse. Våre seks undersøkelsesspørsmål (se punkt 1.4) krever ulike tilnærming og har derfor ulike forskningsdesign. Vi anvender et eksplorativt og deskriptivt design, og herunder kvalitativ og kvantitativ tilnærming. Gjennom kvalitative metoder går vi i dybden for å *forstå*, mens gjennom den kvantitative metoden ønsker vi å *forklare* holdningen som publikum har til hologramkonserter (Gripsrud, Olsson & Silkoset, 2018). Vi benytter oss av to metoder da det finnes lite teori og forskning på studiens område, og vi anser begge metodene som nødvendige for å kunne få et helhetsblikk over feltet.

3.1 Forskningsprosess og design

I det *eksplorative designet*, anvender vi en kvalitativ metode. Dette gjøres gjennom dybdeintervjuer med personer med ulike psykografiske preferanser. Her velger vi å fokusere på samtlige undersøkelsesspørsmål, US1-US6. Vi har gjennomført fire dybdeintervjuer som bidrar til å få en dypere forståelse av publikums holdninger. Vi har også utført et dybdeintervju med førsteamanuensis Irina Eidsvold-Tøien som bidrar til å belyse de juridiske faktorene.

I det *deskriptive designet* anvender vi en kvantitativ metode, i form av en webbasert spørreundersøkelse gjennom plattformen Qualtrics. Denne baseres på US1-US5, samt relevant informasjon fra dybdeintervjuene. Videre analyseres dataene i programmet SAS JMP 14. Som en del av det deskriptive designet var det ønskelig å benytte seg av *observasjon* som metode. Dette skulle gjennomføres under Folketeatrets hologramkonsert “The Whitney Houston Hologram Tour”. Da arrangementet ble utsatt, mistet vi denne observasjonsmuligheten.

3.2 Eksplorativt design - Kvalitativ metode

Vårt primære mål er å *utforske* temaet nærmere, da det ikke er tilstrekkelig med eksisterende teori knyttet til hologramkonserter (Gripsrud et al., 2018). Dette tilsier også at vi på forhånd ikke har en klar oppfatning av hvilke sammenhenger som kan tenkes å eksistere. I et slikt design er det også aktuelt å stå for egen datainnsamling. Vi har av den grunn hentet inn primærdata gjennom individuelle dybdeintervjuer - fire med publikum, og et med juridisk ekspertise.

3.2.1 Dybdeintervju med publikum

Siden populasjonen *publikum* omfatter alle som konsumerer musikk gjennom fysiske konserter, har vi valgt å dele inn publikum i to psykografiske segmenter som utgjør fire kategorier (se tabell 3.1). *Psykografi* beskriver forbrukerens atferd og psykologiske egenskaper. Psykografi kartlegger eksterne faktorer av forbrukeren, som livsstil, interesser og uttrykte meninger (Schiffman et al., 2012, s. 48). I denne undersøkelsen knytter vi dette opp mot interesse for musikk og teknologi.

Høy musikkinteresse	Lav musikkinteresse
Kriterier: <ul style="list-style-type: none"> Går på konsert mer enn 5 ganger i løpet av året Hører på musikk daglig Oppdatert på nyheter og trender innen musikk (4 og oppover. Skala 1-5) 	Kriterier: <ul style="list-style-type: none"> Går på konsert mindre enn 4 ganger i løpet av året Gjennomsnittlig musikklytter Oppdatert på nyheter og trender innen musikk (3 eller lavere. Skala 1-5)
Høy interesse for teknologi	Lav interesse for teknologi
Kriterier: <ul style="list-style-type: none"> Kjøper mer enn 5 teknologiske produkter/tjenester i året. Oppdatert på nyheter og trender innen teknologi og innovasjon. (4 og oppover. Skala 1-5) 	Kriterier: <ul style="list-style-type: none"> Kjøper mindre enn 4 teknologiske produkter/tjenester i året. Oppdatert på nyheter og trender innen teknologi og innovasjon (3 eller lavere. Skala 1-5)

Tabell 3.1: Variabler (krav) ved segmentering

Vi innhentet fire intervjuobjekter, som scoret ulikt (høyt/lavt) på variablene som omhandlet interesse for musikk og interesse for teknologi (se tabell 3.2). Slik kunne vi kartlegge informasjon fra de ulike kategoriene, som på sin side hadde vært utfordrende å innhente gjennom ren kvantitativ tilnærming. I Segment 1 (S1) har publikum høy musikkinteresse, mens i Segment 2 (S2) har de lav musikkinteresse. Videre er hvert segment delt inn i høy og lav interesse for teknologi. På bakgrunn av praktiske årsaker ble intervjuobjektene innhentet fra privat nettverk. Samtlige intervjuobjekter oppfyller kravene for de ulike kategoriene.

	Segment 1 (S1)	Segment 2 (S2)
	Høy musikkinteresse	Lav musikkinteresse
Høy interesse for teknologi	Intervjuobjekt A	Intervjuobjekt C
Lav interesse for teknologi	Intervjuobjekt B	Intervjuobjekt D

Tabell 3.2: Segmentoversikt

3.2.2 Intervjuguide

Vi har utviklet intervjuguiden for å kartlegge ulike segmenteringsvariabler, som gir en dypere forståelse for hvordan publikum faktisk oppfatter hologramkonserter (se vedlegg 2.0). Her vektlegges variablene *demografi* (alder, kjønn), *psykografi* (interesser og preferanser til teknologi og musikk), *psykologi* (holdninger og behov), og i noen grad *brukssituasjon* (i forhold til konsum av musikk og teknologi).

Intervjuguiden ble bygget opp rundt trekomponentmodellen, TRA-modellen og TRI. Intervjuguiden fungerte som en retningslinje, og ble bevisst tilpasset med tanke på å unngå et innviklet fagspråk og for generelle og ledende spørsmål. Dybdeintervjuene ble gjennomført med intervjuguiden som utgangspunkt, slik at respondentene kunne uttale seg fritt rundt det aktuelle temaet. Dette gav oss også informasjon om intervjuobjektens individuelle hverdags erfaringer uten påvirkning fra andre (Gripsrud et al., 2018). Hvert dybdeintervju hadde en varighet på ca. 50 minutter.

Det ble tatt lydopptak av intervjuene slik at moderator kunne fokusere i større grad på respondenten, for så å senere kunne transkribere intervjuet. Vi fokuserte på å finne ut av hvilken preferanse respondenten hadde om teknologi, musikk og konserter, før vi trakk vi inn spørsmål om hologramkonserter. På denne måten registrerte vi hvilke preferanser intervjuobjektet hadde fra før av, og hvilket kunnskapsnivå intervjuobjektet lå på. Dybdeintervjuene gav en indikasjon på hvordan publikum forholder seg til disse temaene. For videre analysering, valgte vi å trekke frem de viktigste elementene, mens irrelevant informasjon ble ekskludert (se vedlegg 3.0 og 6.0).

3.3 Deskriptiv design - Kvantitativ metode

Vi har foretatt målinger og utviklet hypoteser som testes ut ifra kvantitativ datainnsamling gjennom spørreundersøkelse. Spørreundersøkelsen er basert på funnene i dybdeintervjuene (se punkt 4.1). Datainnsamlingen ble utført gjennom Qualtrics, og etter endt spørreundersøkelse ble dataene eksportert til SAS JMP 14 for videre analyse. Vi innhentet respondenter gjennom å anvende sosiale medier, samt relevante forum for å nå ut til de ulike segmentene.

3.3.1 Definerings og operasjonalisering av variabler

Defineringen av variablene for spørreundersøkelsen (se vedlegg 4.0) tok utgangspunkt i problemstillingen, undersøkelsesspørsmålene, og funn fra dybdeintervjuene. I denne delen måles demografiske, psykologiske og psykografiske variabler, med fokus på variabelen *holdning*. Vi har sett på aspekter som utgjør en holdning, for å sørge for at begrepet måles på en presis måte. Disse aspektene utgjøres av objektet og dets egenskaper, individets atferd i forhold til objektet, samt hvor konsekvent denne atferden er (Schiffman et al., 2012).

Hovedformålet med undersøkelsen er å måle respondentenes holdning til hologramkonserter. Vi benyttet oss av *Likert-skalaen* for å operasjonalisere flere av spørsmålene relatert til holdning. Her blir respondentene bedt om å angi i hvilken grad de er enige eller uenig i en serie av utsagn. For disse spørsmålene, brukte vi en svarskala på fem punkter. Da holdninger er et sammensatt fenomen som ikke kan observeres direkte, hjalp et spørsmålsbatteri som Likert-skalaen oss å måle begrepet mer nøyaktig (Gripsrud et al., 2018, s. 140).

3.3.2 Demografiske variabler

De demografiske variablene i undersøkelsen utgjøres av kjønn, alder, bosted og arbeidssituasjon, disse er på et *nominalt målenivå* (Q1-4).

3.3.3 Psykologiske variabler

De psykologiske variablene berører indre kvaliteter hos individet (Schiffman, et al., 2012). Vi måler disse gjennom variabelen *holdning*, da den vil indikere noe om respondentens behov, betalingsvilje og atferd når det kommer til hologramkonserter. Spørsmålene vi har formulert tar derfor også utgangspunkt i holdningsteoriene vi tidligere har presentert. Disse måler respondentens tanker og følelser rundt objektets egenskaper og atferd i forhold til objektet (Q6-9, 16-17, 20, 22, 24), samt om atferden påvirkes av respondentens subjektive norm (Q18).

3.3.4 Psykografiske variabler

De psykografiske variablene er målt gjennom spørsmål som gir innsikt i respondentens vaner knyttet til teknologi, musikk og konserter (Q12-14). I tillegg har vi sett på interessene (Q5, 10-11) og meningene (Q15, 21, 23) deres, om de samme temaene. Disse spørsmålene har også blitt operasjonalisert gjennom

Likert-skalaen, for å få et nyansert bilde av respondentenes stilling til disse temaene.

3.3.5 Validitet og reliabilitet

I prosessen har vi fokusert på gyldigheten (*validitet*) og påliteligheten (*reliabilitet*) av vår spørreundersøkelse. Vår webbaserte spørreundersøkelse ble pre-testet på tre personer, før den ble ferdigstilt i Qualtrics - for å sikre at spørsmålene var tydelig formulert for respondentene. Etter tilbakemeldingene justerte vi på tvetydigheter og la til en ekstra bolk med spørsmål rundt TRI. Vi endret også fra kategorisert betalingsvillighet, til at respondenten selv skrev inn sitt eget beløp. Sistnevnte gjorde det mulig å beregne gjennomsnitt og standardavvik, som igjen kan ha økt *innholdsvaliditeten*. Spørreundersøkelsen var utformet slik at de generelle spørsmålene om holdning til musikk og teknologi ble presentert først, etterfulgt av spørsmål om fenomenet hologramkonserter. Bakgrunnen for dette var at vi ville kartlegge respondentenes persepsjon, før vi målte holdninger til hologramkonserter. Dette har styrket *reliabiliteten*, som handler om “hvor godt vi måler det vi måler” (Gripsrud et al., 2018, s. 135).

3.3.6 Utvalget

Utvalget for undersøkelsen vår er basert på et *bekvemmelighetsutvalg*, der respondentene er valgt ut etter hva som er enkelt å få til. Svakheterne med dette er at forholdene for slike utvalg innebærer begrensninger for hvilke elementer det er mulig å inkludere (Gripsrud et al., 2018). Dette øker også risikoen for å få en skjevhet i sammensetningen av utvalget, i forhold til den generelle befolkningen, noe som gir en utfordring for hvor representative resultatene våre er. Vi mener imidlertid at det har vært nødvendig å benytte seg av et bekvemmelighetsutvalg med de ressursene og begrensningene vi har hatt for denne studien. Selv om resultatene ikke kan generaliseres, mener vi likevel at resultatene fra undersøkelsen er relevante for å få en bedre innsikt i markedspotensialet til hologramkonserter.

Spørreundersøkelsen var åpen for alle, og det ble ikke satt kvalifikasjonskrav til respondentene. Bakgrunn for dette er at *publikum* omfatter alle som har tilgang til en fysisk konsert. Dette resulterte i at 29 respondenter som deltok i undersøkelsen svarte "Aldri" på spørsmålet om hvor mange konserter de deltar på i løpet av et år

(Q13). Vi valgte dog å inkludere disse respondentene i våre videre analyser, fordi vi mener at de kan være et potensielt publikum for hologramkonserter, og bidra med informasjon om relevansen rundt disse.

3.3.7 Datarensing

Før vi analyserte de innsamlede dataene, ble den sjekket for eventuell feilkoding, samt ekstreme eller manglende verdier (*missing values*).

Blant annet observerte vi feilaktige svar på alder (Q2), der eksempelvis en respondent svarte 1952. Vi antok at denne mente 1952 som fødselsår, så dette ble endret til 68 år (*feilkoding*). Videre bestod dataene av flere særegne verdier som har bidratt til å heve gjennomsnittet for de aktuelle variablene (*ekstremverdier*). Eksempelvis hadde to respondenter en særlig høy betalingsvilje for hologramkonserter på henholdsvis 1700 og 2000 kroner ($\bar{x} = 383$). Angående *manglende verdier* valgte vi blant annet å inkludere seks respondenter som kun svarte på undersøkelsen frem til Q17. Vi gjorde dette fordi vi mente at resten av dataene fra spørsmålene de har svart på, fortsatt kunne være av interesse for oss. De spørsmålene som respondentene ikke har svart på ble komplettert med nøytrale verdier, i form av gjennomsnittet for den aktuelle variabelen (Gripsrud et al., 2018, s. 197).

4.0 Analyse og presentasjon av funn

4.1 Analyse av publikumsintervjuer

Gjennomføringen av dybdeintervjuene ga fire *hovedfunn*, hvor det som skiller seg ut er at graden av interesse og kunnskap på de ulike områdene påvirker individets holdning til dem. Det største gapet finner vi mellom respondent **A** og **D**.

Nedenfor vil funnene fra dybdeintervjuene bli presentert i lys av undersøkelsesspørsmålene vi ønsker å besvare. Videre skal det poengteres at selv om respondentene oppfylte våre kriterier tilhørende de ulike segmentene, vil vi likevel ikke påstå at disse er representative. Vi valgte derfor å videreutvikle en spørreundersøkelse som skulle dekke et større utvalg.

Hovedfunn: dybdeintervju med publikum

- De respondentene som scorer **høyt** på **musikkinteresse** viser skepsis rundt hologramkonsert da man mister den personlige relasjonen, og stiller spørsmål til totalopplevelsen. (A og B)
- De respondentene som scorer **lavt** på **musikkinteresse** oppsøker ikke nødvendigvis konserter på egenhånd, og vektlegger de sosiale fremfor det kulturelle (C og D)
- De respondentene som scorer **høyt** på **teknologi** opplever at totalbildet av en hologramkonsert avhenger av kvaliteten på den teknologien som tas i bruk (A og C)
- De respondentene som scorer **lavt** på **teknologi** opplever hologramkonserter som futuristisk (B og D)

	Respondent A	Respondent B	Respondent C	Respondent D
Score fra 1-5	Høy musikkinteresse: 5 Høy teknologi interesse: 4	Høy musikkinteresse: 4 Lav teknologi interesse: 3	Lav musikkinteresse: 2 Høy teknologi interesse: 5	Lav musikkinteresse: 2 Lav teknologi interesse: 3
Bakgrunn	23 år Bachelorstudie UiO (Student)	22 år Bachelorstudie BI (Student)	30 år Mastergrad (i arbeid)	35 år Bachelorgrad (i arbeid)

Tabell 4.1: *Krav til intervjuobjekt***US1: Hvordan er publikums holdninger til hologramkonserter?**

A og **B** scoret høyt på musikkinteresse, som gjenspeiles i deres interesse for liveopptredener og antall konsertbesøk i året, der **A** går på flest konserter av intervjuobjektene. **A** var også den som var mest kritisk til hologramkonserter og stilte spørsmål ved hvorvidt det er greit å bruke en avdød artist til å skape en ny kommersiell virksomhet.

Både intervjuobjekt **C** og **D**, som scoret lavt på musikkinteresse, viste i motsetning en nysgjerrighet rundt hologramkonserter. De var positive til at artistene skal kunne leve lenger enn deres fysiske liv, og mente at dette ville gi gode muligheter for publikum til å kunne gjenoppleve deres favorittartister. Samtidig uttrykte samtlige intervjuobjekter at mangelen på artistens fysiske tilstedeværelse ville utgjøre en stor forskjell fra vanlige konserter. Bakgrunnen for dette var at en vil kunne miste spontanitet og interaksjon fra artisten.

US2: Hvor høy er betalingsviljen til publikum overfor hologramkonserter?

I spørsmål 30 (se vedlegg 2.0), om intervjuobjektet er villig til å betale 485 NOK for en hologramkonsert, var svarene noe sprikende. **B** var noe kritisk til prisen, mens **A**, **C** og **D** var på sin side villig til å betale dette, fordi de antok at den teknologiske produksjonen er stor og økonomisk krevende. **C** og **D** trakk også

frem at teknologien er på et ungt stadium, og at det kan komme til å bli rimeligere med tiden, når teknologien er blitt “hyllevare”.

US3: *Hvilke etiske syn har publikum på hologramkonserter?*

Intervjuobjekt **A** viste sterke ytringer om at hologramkonserter ikke er etisk riktig og problematiserte forholdene rundt dette som underholdningsform.

Intervjuobjektene **B** og **C** så ingen etiske problemstillinger rundt hologramkonserter. **D** på sin side, mente at hologramkonserter er en videreføring av artisten og dens kunst.

US4: *Har publikum sin holdning til teknologi (technology readiness), påvirkning på deres holdning til hologramkonserter?*

Intervjuobjekt **C** var positiv til konseptet, men vektla at teknologien som tas i bruk, må være av ytterste kvalitet, for at det skal kunne selge. Intervjuobjekt **B** og **D** som scoret lavt på teknologi, uttrykket seg positivt overfor hologramkonserter. De oppfattet underholdningsformen som spennende og futuristisk.

US5: *Hvilke forutsetninger blant publikum er nødvendige for at arrangører skal kunne oppnå økonomiske muligheter med hologramkonserter?*

De ulike intervjuobjektene vektla en rekke faktorer for deres villighet til å dra på konsert. Felles for alle intervjuobjektene var at de vektla hvilken artist som opptrer, og den sosiale gevinsten som ligger bak et konsertbesøk. Videre ytret intervjuobjekt **B** at pris blir vektlagt, mens **A** ikke mente dette er avgjørende da interesse for artisten øker betalingsviljen. Dette er en indikasjon på at de som scorer høyt på musikkinteresse vektlegger flere faktorer og er reflektert rundt disse. De som scorer lavt på musikkinteresse fokuserer mest på opplevelsen og det sosiale samværet.

Et gjennomgående trekk ved intervjuobjektene er at **A** og **C**, i større grad er reflekterte rundt tematikken, enn **B** og **D**. Dette kan antyde at høy interesse for teknologi kan være avgjørende for holdningene til hologramkonserter, da dette er en underholdningsform bygget opp av teknologi.

4.2 Analyse av dybdeintervju med førsteamanuensis Irina Eidsvold-Tøien

For å kartlegge hvilke juridiske utfordringer som kan påvirke arrangører (US6), har vi intervjuet Irina Eidsvold-Tøien, førsteamanuensis ved Institutt for rettsvitenskap og styring ved Handelshøyskolen BI, i Oslo. Tøien har den sjeldne kombinasjonen av utdanning som skuespiller fra Teaterhøgskolen (KHIO), i tillegg til en mastergrad i rettsvitenskap ved det juridiske fakultet (UiO). Hun har tidligere arbeidet som juridisk sjef i TONO og som advokat med immaterielle rettigheter og rettsinformatikk som arbeidsfelt. Hennes kompetanse er derfor svært aktuell for vår studie.

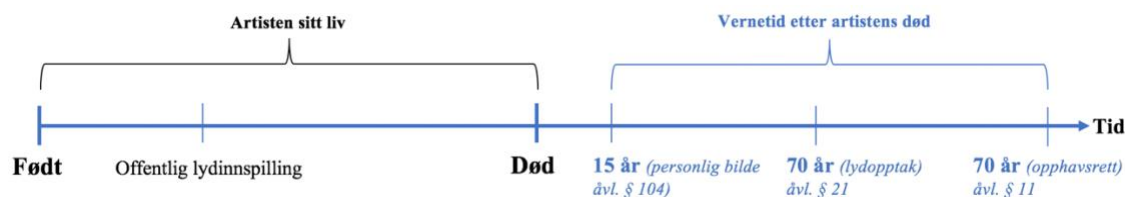
Hovedfunn: dybdeintervju med Irina Eidsvold-Tøien

- Hologramkonserter klargjør behovet for en live-opptreden
- Gramo-rettigheter blir aktuelle
- Lydopptak gir nye rettslige utfordringer
- Ulik vernetid
- Rett til eget bilde vil bli svært sentralt

Hologramteknologien kan føre til utfordringer rundt lovverket ved gjennomføringen av en hologramkonsert. Tøien sier derfor at det vil være viktig å sondre mellom et hologram og en liveopptreden for å kunne vite hvilke rettslige grunnlag en arrangør må forholde seg til. I tillegg vil det være viktig for en arrangør å forstå hvilke kvaliteter som publikum mister, spesielt i dialogen mellom sal og scene. En hologramkonsert vil ikke nødvendigvis ha samme energiflyt som en ordinær liveopptreden, her vil både utøver og publikum endre karakter. Igjen tydeliggjør denne forskjellen et tap.

Tøien poengterer i intervjuet at det oppstår mange juridiske problemstillinger når det kommer til hologramkonserter. Det hele bunner ut i hvordan konsertene produseres, og hvilke rettigheter som skal klareres. Det rettslige grunnlaget fremkommer hovedsakelig av åvl. §§ 11, 21 og 104, som omhandler *opphavsrettens vernetid, offentlig fremføring* av lydopptak og *retten til personlig bilde*. Arrangører kan ikke bruke artisters bilde (hologram) eller stemme (lydopptak) uten å innhente samtykke fra vedkommende, eller dens representanter. Varigheten på vernetiden for de ulike rettighetene må derfor identifiseres. Her fremkommer det av åvl. at det er ulike vernetider for opphavsrett, lydopptak og eget bilde.

Videre vektlegger Tøien at dersom personvernet er utløpt, så betyr det ikke at lydopptaket ikke har vern. Dette illustrerer utfordringene rundt klarering av ulike rettigheter rundt hologramkonserter, som arrangører må forholde seg til. Dette er hovedsakelig på grunn at de ulike rettighetene ikke varer like lenge. I en tradisjonell konsertoppsetning vil arrangøren hovedsakelig forholde seg til TONO og honorar til artisten, samt andre faste og variable kostnader. Tøien presiserer at en hologramkonsert vil kunne omfatte vederlag til Gramo, da det gjelder avspilling av et lydopptak under konserten, i tillegg til honorar til musikerne i livebandet. Rettighetene knyttet til Gramo vil være vernet i *70 år etter lydopptaket ble offentliggjort for første gang*, jf. åvl § 21. Selv etter de 70 årene, kan lydopptaket fortsatt ha vern - eksempelvis gjennom at plateselskapet eier masteren. Dette er i motsetning til opphaverens vernetid på *70 år etter dens død*, hvor verkene blir satt i det fri etter utløpt vernetid - hvem som helst kan da benytte seg av verkene. I tillegg vil arrangørene være nødt til å klarere samtykke til artistens *personlige bilde*, jf. åvl § 104. Vernetiden for personlig bilde er derimot kun *15 år etter personens død*.



Figur 4.1: Oversikt over vernetid for ulike rettigheter i sammenheng med artistens liv.

Oppsummert ser vi at det er mange rettigheter som må klareres ved hologramkonserter. Det som likevel er avgjørende er at arrangøren står ansvarlig for at disse rettighetene er klarert. Ifølge Tøien vil eksempelvis All Things Live stå ansvarlig for at alle rettigheter er klarert gjennom Base Hologram, og at dette er i samsvar med norsk lovverk.

4.3 Analyse av data fra spørreundersøkelsen

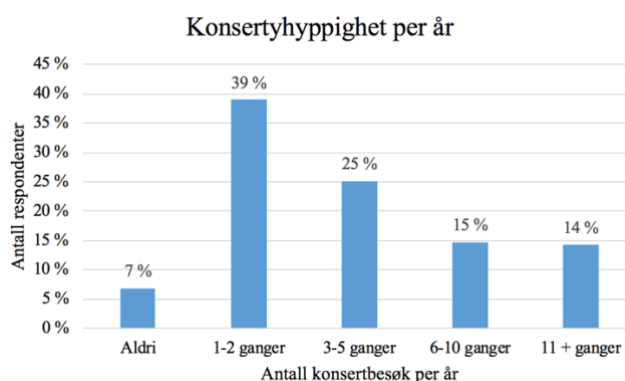
Etter endt datainnsamling gjennom spørreundersøkelsen har vi utformet tre hypoteser som skal testes i vårt kvantitative arbeid, som presenteres i punkt 4.3.2.

4.3.1 Deskriptiv data

Spørsmål	Mean	Std Dev
Q2 Alder	30,75	11,19
Q5 Teknologi – Oppdatert (Skala 1-5)	3,35	0,93
Q10 Musikk – Oppdatert (Skala 1-5)	3,14	1,16
Q12 Format – Live (Skala 1-5)	4,61	1,21
Q17 Viktige faktorer – interaksjon (Skala 1-5)	3,89	0,93
Q17 Viktige faktorer – artistens merkevare/navn (Skala 1-5)	3,53	1,15
Q23 Hologramkonsert – virker dyrt (Skala 1-5)	2,89	1,06
Q23 Hologramkonsert – virker spennende (Skala 1-5)	3,12	1,22
Q23 Hologramkonsert – virker uetisk (Skala 1-5)	3,07	1,03
Q24 – ønske om å gå på en hologramkonsert (Skala 1-5)	2,97	1,48

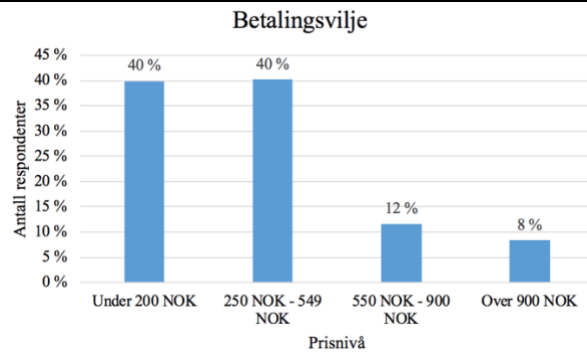
Tabell 4.2: Utdrag fra datasett

I spørreundersøkelsen var det totalt 422 respondenter, med et aldersspenn fra 18 til 87 år. Flere av resultatene var *normalfordelte*, men forøvrig var det en høy *skewness* (skjevhet) i variabelen kjønn. Resultatene viste 314 kvinner og 105 menn, samt tre i kategorien “Annet”. Gjennom våre analyser ser vi at 56% av respondentene har en over gjennomsnittet positiv *holdning til hologramkonserter*. Videre er 52% villig til å *dra på en hologramkonsert* i noen eller større grad. Det skal her påpekes at vår studie baseres på at holdninger til hologramkonserter har et gjennomsnitt på 2,97, der alle respondenter som scorer dette og oppover anses som positive. Man kan derfor stille seg kritisk til at dette kan betraktes som en positiv holdning på et generelt nivå. En interessant observasjon fra vår spørreundersøkelse, var at seks respondenter (1,42%) har vært på en hologramkonsert.



Figur 4.2: Konsertyppighet.

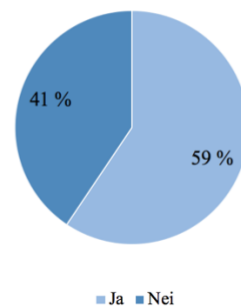
Figuren viser hvor ofte respondentene drar på konsertbesøk i løpet av et år. Her ser vi at majoriteten (39%) drar på konserter 1-2 ganger i året. Dette gjenspeiler dermed statistikken fra SSB, som viser at gjennomsnittet går 2,5 ganger på konsert i året (se punkt 2.1).



Figur 4.3: *Betalingsvilje*

Dette diagrammet viser betalingsviljen overfor hologramkonserter. De fleste respondentene har en betalingsvilje fra under 200 NOK til 549 NOK. Likevel er det 8% av utvalget som har en betalingsvilje på over 900 NOK.

Kjennskap til hologramkonsert



Figur 4.4 *Kjennskap til hologramkonsert*

Av 409 respondenter som svarte på Q19, svarte 40,5% respondenter at de *ikke* hadde *kjennskap til hologramkonserter*. Dette kan indikere at det foreligger liten eller ingen informasjon til det norske publikummet om at hologramkonserter eksisterer, som en underholdningsform.

4.3.2 Hypoteser (H)

H1	Det er en korrelasjon mellom personers holdning til teknologi og innovasjon (TRI), og deres holdning til hologramkonserter
H2	Det er en korrelasjon mellom personers høye musikkinteresse og deres negative holdninger til hologramkonserter
H3	Det er en forskjell på hvilke faktorer ved konserter som vektlegges av aldersgruppen Under 25 år, mot aldersgruppen Over 37 år.

H1: *Det er en korrelasjon mellom personers holdning til teknologi og innovasjon (TRI), og deres holdning til hologramkonserter.*

Studien vår er basert på at holdningen til hologramkonserter består av respondentens holdning til teknologi og innovasjon (TRI), preferanser og atferd rundt musikk og konserter, samt oppfatninger av hologramkonserter. Basert på

dette og de tidligere nevnte holdningsteoriene, har vi utformet og målt det latente begrepet *holdning* ved hjelp av flere indikatorer. Disse indikatorene ble omformet til begrep som vil utgjøre holdningen til de aktuelle områdene, og bestod av de summerte enkeltmålene delt på antall spørsmål (Gripsrud et. al, 2018, s. 215).

Vi testet korrelasjonskoeffisienten for de to kontinuerlige variablene *Holdning til teknologi og innovasjon (TRI) (QT)* og *Holdning til hologramkonserter (QH)*, ved å bruke *Pearsons*-korrelasjonen, der vi fikk et signifikansnivå på 0,001. Dette innebærer at det er en statistisk signifikant korrelasjon mellom holdningen til teknologi og innovasjon, og holdningen til hologramkonserter. Videre var korrelasjonskoeffisienten (0,7661) nærmere +1 enn -1, som indikerer at det ikke er en perfekt lineær sammenheng, men en sterk positiv korrelasjon. Dette tilsier at jo høyere holdning som respondenten har til teknologi og innovasjon (TRI), jo mer positiv holdning til hologramkonserter har den. Dette gjør at vi kan forkaste nullhypotesen og beholde alternativhypotesen.

H2: Det er en korrelasjon mellom personers høye musikkinteresse og deres negative holdninger til hologramkonserter

I dybdeintervjuene kunne vi se at intervjuobjekt A som hadde høy musikkinteresse, også ga uttrykk for skepsis til hologramkonserter. Basert på dette funnet, valgte vi derfor å teste korrelasjonen mellom musikkinteresse og holdninger til hologramkonserter. Variabelen *Musikkinteresse (QM)* var basert på variablene *Oppdatert på musikk (Q10)* og *Konserthyppighet (Q13)*. Vi brukte disse to variablene for å innhente informasjon om hvordan respondentene oppfatter sin musikkinteresse og hvordan de opptrer i henhold til den. I likhet med hva vi gjorde i H1 over, ble variabelen QM testet mot variabelen QH, *Holdning til hologramkonserter*, gjennom *Pearsons*-korrelasjonen.

Gjennom testen fant vi et signifikansnivå på 0,001, hvilket innebærer at det er en statistisk signifikant korrelasjon mellom *Musikkinteresse* og *Holdning til hologramkonserter*. Her var også korrelasjonskoeffisienten (0,2047) nærmere +1 enn -1. Dette indikerer at det er en positiv korrelasjon, om enn litt svak. Generelt sett betyr dette at jo høyere musikkinteresse respondenten har, jo mer positiv holdning til hologramkonserter har den. I dette tilfellet kan vi derfor beholde nullhypotesen og forkaste alternativhypotesen.

H3: Det er en forskjell på hvilke faktorer ved konserter som vektlegges av aldersgruppen Under 25 år, mot aldersgruppen Over 37 år.

Denne hypotesen krever måling av de forskjellige aldersgruppene for den demografiske variabelen *Alder*. Her har vi delt inn alderen på utvalget i tre grupper, ut ifra gjennomsnittsalderen (31 år) og beregnet et halvt standardavvik (6 år) for hver gruppering (se tabell 4.2). Her utføres en ANOVA-test for å teste denne hypotesen, siden vi skal sammenligne gjennomsnitt fra flere enn to grupper (Gripsrud et al., 2018, s. 262).

Hypotesen og analysen tar utgangspunkt i Q17, med hensikt om å måle viktige faktorer rundt konserter. Respondentene svarte på en Likert-skala som gikk fra 'Ikke viktig' (1) til 'Svært viktig' (5). Vi utførte en ANOVA-test på de ulike faktorene:

Viktige faktorer på konsert (Q17):	Signifikante forskjeller i forhold til alder (Q2)		
Artistnavn/Merkevarer	Ingen signifikante forskjeller. Artistnavn/merkevarer er en faktor på konserter som publikum er nøytrale til eller synes er viktig for samtlige aldersgrupper. (Mean of response: 3,53)		
Stemning	Under 25 år vs. Over 37 år (p-verdi: <,0001)	25-37 år vs. Over 37 år (p-verdi: 0,0035)	
Lys, lyd og effekter	Under 25 år vs. Over 37 år (p-verdi: <,0001)	25-37 år vs. Over 37 år (p-verdi: <,0001)	
Interaksjon med publikum	Under 25 år vs. Over 37 år (p-verdi: 0,0360)		Under 25 år vs. 25-37 år (p-verdi: 0,0242)
Type konsertlokale	Under 25 år vs. Over 37 år (p-verdi: 0,0471)	25-37 år vs. Over 37 år (p-verdi: 0,0003)	
Sosialt samvær	Under 25 år vs. Over 37 år (p-verdi: 0,0082)		Under 25 år vs. 25-37 år (0,0026)

Gjennom å utføre testen *Each Pair, Students t* viser resultatene at aldersgruppene som er individuelt forskjellige fra hverandre når det kommer til viktige faktorer på konserter, er respondentene som er *Under 25 år* og aldersgruppen *Over 37 år*. Dermed kan vi forkaste nullhypotesen og beholde alternativhypotesen.

4.3.3 Clusteranalyse

Da vi ønsket å utforske de mest fremtredende trekkene hos respondentene fra spørreundersøkelsen, utførte vi en *clusteranalyse* gjennom den ikke-hierarkiske clustermetoden, *K Means Clustering* (se vedlegg 5.0). Vår clusteranalyse tar utgangspunkt i variablene som måler TRI (Q5-Q9, QT), musikkinteresse (Q10), vaner, preferanser og tanker rundt konserter (Q13-Q14, Q16-18), samt hologramkonserter (Q21-Q24), og holdningene til disse (QH). Videre brukte vi fire cluster, da vi også hadde fire segmenter i dybdeintervjuene.

En clusteranalyse er med på å nyansere respondentene, ved å skille, og gruppere, dem etter deres mest definerende egenskaper (Gripsrud et al., 2018, s. 359).

Basert på resultatene fra analysen kan grupperingene bli kategorisert, og kategoriene kan i sin tur anvendes for å finne markedssegment som kan bli aktuelle for arrangører av hologramkonserter. Kategoriene vi fant gjennom vår analyse er oppsummert og navngitt nedenfor:

Materialistene	Hipsterne	Teknoguru	Konservative
<ul style="list-style-type: none"> • Det største clusteret • Flertall kvinner • Ungt segment (flest under 37 år) • Relativ høy betalingsvilje • Relativ positiv holdning til hologramkonserter • Verdsetter det sosiale • Færrest konsertbesøk i løpet av året • Scorer høyt på faktorene <i>interaksjon, stemning og effekter</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Det minste clusteret • Jevn kjønnsbalanse • Aldersgruppen 25-37 år • Lærer seg teknologi raskt • Foretrekker menneskelig kontakt fremfor teknologiske løsninger • lav score på faktoren "sosialt samvær" • Scorer lavest på villigheten til å gå på en hologramkonsert • lav betalingsvilje 	<ul style="list-style-type: none"> • Mellomstort cluster • Høy andel menn • Ungt segment (flest under 37 år) • Går flest ganger på konsert i løpet av året • Høyest interesse for teknologi (TRI) • Høyest interesse for musikk • Høyest betalingsvilje • Scorer høyest på holdning til hologramkonserter • Mener hologramkonserter virker upersonlige og uetiske 	<ul style="list-style-type: none"> • Mellomstort cluster • Jevn kjønnsfordeling • Høy andel over 37 år • Minst oppdatert på teknologi • Minst åpenhet for å lære om ny teknologi • Er minst oppdatert på musikk • Lavest betalingsvilje • Gjennomsnittelig konserthypighet • Mest negativ holdning til hologramkonsert

Resultatene av clusteranalysen bekrefter noen av funnene vi gjorde i vår kvalitative studie. Vi kan blant annet se at kategorien *Teknoguru*, har mange fellestrekk med intervjuobjekt A, som hadde høyt interesse for musikk og teknologi. Teknoguruene, som også scoret høyest på disse variablene, også viser skepsis rundt hologramkonserter, grunnet i at de virker upersonlige og uetiske. *Materialistene* utgjør det største clusteret. Deres trekk utmerker seg ikke i noen vesentlig grad, men har høy betalingsvilje og positiv holdning til hologramkonserter. Hipsterne på sin side

5.0 Funn og teori satt i kontekst

Etter gjennomgang av relevant teori, og analyse av primærdata, vil vi nå drøfte vår problemstilling: “*Hvordan kan publikums holdninger til hologramkonserter, skape muligheter og utfordringer for konsertarrangører i den norske livebransjen?*”. Herunder ble det presentert seks undersøkelsesspørsmål (punkt 1.4), som skal besvares og drøftes opp mot teori og funn i vår kvalitative og kvantitative metode.

5.1 Publikums holdninger til hologramkonserter

Vi observerer at det er utfordrende å tilegne seg en holdning om noe man ikke vet noe om. Derfor er det også uklart hvordan hologramkonserter vil spre seg i det norske markedet, da etterspørselen er ukjent. For at hologramkonserter skal kunne bli en relevant substitutt for andre underholdningsformer, krever det derfor at arrangører må tørre å satse på konseptet og være villig til å investere i det.

Selv om respondentene fra spørreundersøkelsen viser blandet forkunnskap om hologramkonserter, finner vi det interessant at mer enn halvparten (56%) har en over gjennomsnittet positiv holdning til fenomenet. Dette gjenspeiles også i våre dybdeintervjuer, der tre av fire intervjuobjekter dro frem fordelene av å kunne oppleve en avdød artist på nytt, og hvordan dette kan føre til positive følelser og nostalgi. Vi oppfatter at de positive holdningene stammer fra nysgjerrigheten av hva en hologramkonsert innebærer - både om teknologien som er brukt og hvordan det oppleves. Dette kan knyttes til clusteret *Materialistene*, nettopp fordi selve konserten ikke er den viktigste faktoren, men opplevelsen i seg selv.

I motsatt retning finner vi stor skepsis fra enkelte. En av disse var intervjuobjekt A, som stilte seg svært kritisk til hologramkonserter. Han beskrev disse som “*falsk og ‘forced’ [tvunget]*”, nettopp fordi det er apparatet rundt, som konsertarrangører og arvinger, som bruker artisten som sin egen “melkeku”. Vi finner det interessant at selv om intervjuobjekt A er den som scorer høyest på interesse i musikk og teknologi, er han også den som er mest kritisk og reflektert til konseptet. Til tross for skepsisen stiller A seg likevel åpen for å dra på en hologramkonsert, for å se om han kan bli motbevist. Derfor kan det tolkes slik at de som opplever skepsis, også vil ha den laveste terskelen for å bli positivt overrasket. Denne lave terskelen for å bli positivt overrasket gjenspeiles i clusteret

Teknoguru, som har høy betalingsvilje til tross for negative assosiasjoner knyttet til hologramkonserter.

Prosentandelen på kjennskap til hologramkonserter var høyere enn vi hadde antatt, da 40,5% ikke hadde noen kjennskap til fenomenet. I tillegg hadde samtlige intervjuobjekter ingen kunnskap om hva hologramkonserter faktisk innebærer i praksis. Holdningsteoriene, trekomponentmodellen og TRA-modellen, er basert på at det må foreligge en form for kunnskap om objektet for at en holdning skal dannes. Uten at denne byggesteinen av kunnskap er på plass, kan det derfor være vanskelig å si noe om publikummet. Dette gjelder både deres oppfatning og intensjon om å gå på hologramkonserter, faktisk er. Dette gir dermed muligheter for arrangører til å oppmuntre det potensielle publikummet til å gå på hologramkonserter, gjennom å øke deres kunnskap tilknyttet objektet (se mer under punkt 5.5).

Et fellestrekk hos intervjuobjektene er den *emosjonelle (affektive) forbindelsen* knyttet til konserter. Flere av intervjuobjektene uttrykker at de tror de vil gå glipp av den menneskelige interaksjonen på hologramkonserter, som normalt oppstår på vanlige konserter. Hele 71% av respondentene fra spørreundersøkelsen svarer også at artistens interaksjon med publikum (Q17) er ganske viktig eller veldig viktig for dem. Vi opplever dermed at den affektive delen i trekomponentmodellen er svært dominerende for hvordan respondentene i dag tilegner seg holdninger til hologramkonserter.

Hva de langsiktige konsekvensene av mangelen på menneskelig interaksjon mellom artisten og publikummet vil bli, kan reflekteres i sammenheng med konsekvensene av digitaliseringen. Påvirkningen som digitale verktøy kan ha på sosiale forbindelser og kollektive sosiale identiteter, kan også sees i lys av hologramkonserter (Pettersen, 2018). For når den utøvende artisten er en digitalisert skygge av seg selv, kan man lure på hva hologramkonserterens publikum risikerer å miste uten muligheten til å knytte en forbindelse med artisten. Irina Eidsvold-Tøien uttrykker lignende bekymringer for hvordan konsertopplevelsen endres når den tar form som en hologramkonsert. Tøien mener at selv om hologramkonserter innebærer en fascinerende karakterendring av konsertopplevelsen, er det likevel et tap:

“Når de ikke har mennesker der, blir det et slags vakuum i opplevelsen, sånn at den endrer karakter. [...] Så derfor er det fascinerende, men det tydeliggjør tapet som skjer på et vis.” - Irina Eidsvold-Tøien

5.2 Betalingsvilje

Betalingsviljen til det norske publikum, bunner først og fremst ut i balansen mellom nytten og kostnaden av hologramkonserter. Gjennom deskriptiv data illustreres det at nivået 200-549 NOK var en pris som er overkommelig for respondentene, der gjennomsnittet var 382 NOK. Dette gav en indikasjon på at billetten på 485 NOK til “The Whitney Houston Hologram Tour”, var noe dyr og kan ha tapt publikummere som ikke så nytteverdien av denne prisen. Riktignok kan det diskuteres hvorvidt hologramkonserten er verdt disse pengene eller ikke, slik at publikummerne vil komme igjen på en ny konsert.

“...hvis Whitney Houston hadde spilt sin egen konsert her i Oslo, altså om hun ikke hadde vært død, hadde jo prisen vært mye høyere.” - A

“...det føles litt mye ut for å være en konsert uten en artist. Men så vet jeg at teknologien ikke er gratis, og at det koster å rigge det opp. Teknologien er også såpass ny og fersk, at ting har ikke helt blitt hyllevarer enda.” - C

Mest sannsynlig hadde billettprisen for en Whitney Houston-konsert vært høyere enn 485 NOK, dersom hun var i live. Denne prisreduseringen av billettprisen, reflekterer verditapet av den fysiske interaksjonen på scenen som publikum vil gå glipp av, ved at artisten er et hologram. Billettprisene på konserter må på sin side justeres etter dagens etterspørsel og antall billetter som kan legges ut for salg. For at arrangører skal være villig til å sette opp en hologramkonsert er de avhengige at regnestykket går i pluss. Likevel er attraktiviteten til artisten og dens merkevare en viktig pådriver (Q17, se tabell 4.2). På bakgrunn av dette viste også samtlige av våre intervjuobjekter at villigheten til å dra utgjøres av hvilken artist som fronter hologramkonserten. Vi ser derfor at artistens attraktivitet og betalingsvilje går hånd i hånd og vil utgjøre en tung faktor i det økonomiske budsjettet til en arrangør.

5.3 Etske syn

Om hologramkonserter er etisk riktig eller ei, vil alltid være preget av subjektive oppfatninger. 27% av våre respondenter er enig eller svært enig i at hologramkonserter virker uetiske (Q23). Intervjuobjekt A bekrefter denne tankegangen. Det er også tydelig at A benytter seg av pliktetikk da han reflekterer rundt slike konserter. Han poengterer at den avdøde artisten mister valgmuligheten ved gjennomføring av en hologramkonsert. Herunder at det også ligger et tungt ansvar på de som har fått overdratt rettighetene, da artisten blir brukt som et middel for å oppnå kommersiell vinning. Dette henger også sammen med *egeninteressens problem*, sett fra arrangørens side.

På den andre siden av skalaen finner vi intervjuobjekt B, som ytrer at hun synes hologramkonserter er etisk riktig, og tar derfor utgangspunkt i *nytteetikk* (*konsekvensetikk*).

”...Jeg synes det er etisk riktig... Jeg ser ikke noen store problemer med at publikum får lov til å nyte deres musikk og holde livet i deres musikk selv etter deres død.” - B

Intervjuobjekt D henger seg på dette synspunktet. Likevel forstår han de uetiske ulempene, men mener kunstens verdi i seg selv er av større betydning, da hologramkonserter gjør det mulig å holde artisten i live, selv etter deres død. Han trekker dermed frem det positive ved at artisten lever lenger enn en kunstners fysiske grense.

“...det er jo litt fint å tenke at man kan leve videre når man har skapt noe. Det er liksom litt av idéen til kunst, at du skaper noe som lever lenger enn den fysiske grensen din.”

- D

Den etiske avveiningen om hologramkonserter er rett eller galt, kan se ut til å avgjøres ved hvilken artist som fremstilles. De etiske synspunktene rundt hologramkonserter kan eksempelvis belyses gjennom Whitney Houston som eksempel. Houston ble de siste årene koblet opp mot rus og en tøff livsstil, som preget hennes karriere. I Norge kan vi trekke frem den nylig avdøde Jahn Teigen (d.24.02.2020), og skape et scenario der han blir fremstilt som et hologram i fremtiden. Slik det norske publikum kjenner Teigen, var ikke hans liv like preget i negativ forstand, som Houston. Det kan derfor tenkes at publikum vil anse dette som mer etisk riktig. Den gjeldende situasjonen kan være en avgjørende faktor om

publikum oppfatter det som et moralsk dilemma, eller ei. Ironien i denne situasjonen er at en kvinne som Houston, som så ut til å ha liten kontroll over sitt eget liv, også møter lignende utfordringer etter sin død.

5.4 Betydningen av publikums holdninger til teknologi (TRI)

Vi antok at en person som har mer kunnskap om teknologi, og positive holdninger knyttet til dette feltet (TRI), også vil ha positive holdninger til hologramkonserter. Da vi testet dette, fant vi en positiv korrelasjon (0,7661) mellom variablene.

Videre viste clusteranalysen at respondentene som falt innenfor clusteret *Teknoguru* opplever hologramkonserter som mest uetiske og mest upersonlige, samtidig som de også har høyest villighet til å dra på hologramkonsert. Det fascinerende med teknoguruene, er at deres motstridende tanker, kan indikere at interessen for hologramkonserter først og fremst er drevet av nysgjerrighet. Noe som igjen er knyttet til deres generelle interesse for teknologi og musikk. Til tross for en slik kognitiv dissonans hos dette clusteret, mener vi at dette er et aktuelt segment for konsertarrangørene. Et annet aspekt ved dette er at intervjuobjektene som har høy interesse og forståelse for teknologi, A og C, også viser større refleksjon og mer nyansert persepsjon rundt emnet - i motsetning til B og D. A og C stiller også høyere krav til kvaliteten på teknologien som benyttes.

“...det er minst like viktig med gjennomføringen av konserten. At hele totalpakken av opplevelsen skal være bra. At den teknologien de benytter er solid” - C

Før vi utførte clusteranalysen hadde vi en formening om at den høyeste aldersgruppen (*Over 37 år*) ville være mest åpen for hologramkonserter. Bakgrunnen for dette var at det hittil er artister som er forbi sin storhetstid, slik som Michael Jackson og Whitney Houston m.m., som er de mest aktuelle hologramartistene.

“...det kan være motforestillinger blant eldre, i og med at det er en artifiisiell gjengivelse. Men samtidig, skal man ikke undervurdere at det kan være artister som de vokste opp med [...] og da vil det plutselig bli et sentiment som vil gjøre det sterkt for dem.” - D

Denne gruppen blir representert i clusteret de *Konservative*, da en høy andel er over 37 år. I motsetning til *Teknoguru*, scorer de konservative lavest på TRI, og er minst oppdatert på musikk. De finner heller ingen etiske utfordringer ved

hologramkonserter. Vi tolker dette dithen at jo lavere score på TRI, desto mindre utpreget holdning. Dermed ble vår formening motbevist.

5.5 Forutsetninger blant publikum

For å se hvordan klimaet for hologramkonserter ser ut i den norske livebransjen i dag, ble det viktig å få innsikt i hvilke faktorer de vektlegger ved et konsertbesøk. Dette belyser hva arrangørene må kunne tilby for at det skal være et potensielt publikum. Gjennom vår ANOVA-analyse og clusteranalyse ser vi at stemning, effekter, interaksjon og type konsertlokale, er faktorer som er spesielt verdsatt av publikum. Videre i ANOVA-analysen ser vi blant annet at artisten sitt navn/merkevare er jevnt over viktig for alle respondentene. Siden en hologramkonsert kan betraktes som en substitutt for en ordinær konsert, blir disse faktorene særlig viktige å være bevisste på. Dette for å sikre at hologramkonserter oppfyller faktorene som er prioritert av det potensielle publikummet - og at publikum på sin side er villige til å vie et av sine konsertbesøk til en hologramkonsert.

“..noe av det negative er jo at det kan spise av den gruppen som ville ha reist på konsert med en levende artist. Fordi at man har jo ikke uendelig med ressurser og penger, så da må man jo velge hva man skal bruke pengene på” - C

Som presentert under punkt 5.1 er det en utbredt mangel på kunnskap om hologramkonserter blant det potensielle publikummet. Dette indikerer at informasjons- og kunnskapsformidlingen om hologramkonserter til dags dato, ikke har vært tilstrekkelig fra arrangørene av hologramkonserter i Norge. For at norske konsertarrangører skal unngå å møte samme skjebne som Live Nation, med Ronnie James Dio i 2017, kan det derfor bli en viktig prioritering å øke kjennskapen til hologramkonserter, slik at publikum blir opplyst.

Arrangørene kan i arbeidet med sin kommunikasjon legge særlig vekt på innovasjonen som ligger hos hologramkonserter, som strekker seg lenger enn teknologien. Her sikter vi delvis til den helhetlige opplevelsen som hologramkonserter utgjør, og har til sin fordel. Som tidligere presentert, uttrykker intervjuobjekt C at det er totalpakken av hologramkonsertens opplevelse som er viktig, og at han oppfatter hologramkonserter som en opplevelse man er innlemmet i. Dette understreker de unike kvalitetene som hologramkonserter har

over ordinære konserter, og som arrangører av disse kan vektlegge i sin kommunikasjon.

“..det er jo som du ser en musikkvideo, men at du er med i den. At du får en [...] ‘immersion’. Altså at du er innlemmet i opplevelsen, mer enn du hadde blitt enn å bare se en musikkvideo på TV eller på YouTube.” - C

En annet fortrinn for arrangørene, er at det teknologiske utgangspunktet skaper forutsetninger for praktisk talt uendelige valgmuligheter og uendelig variasjon. Ikke bare gjør hologram det mulig å gjenopplive døde artister, men kan også fremstille artisten fra hvilket som helst sted i deres karriere (forutsatt at opptak fra ønsket tid er tilgjengelige, og at man har rettighetene til dem). På denne måten kan arrangørene fronte flere versjoner av en artist. Dette resulterer i at de kan nå ut til flere målgrupper med forskjellige preferanser, samtidig som de maksimerer sin verdiskaping og rettighetene de sitter på.

Med andre ord mener vi at arrangører av hologramkonserter har gode muligheter til å være konkurransedyktige i dagens opplevelsesøkonomi. Evnen til å i prinsippet kunne skreddersy opplevelser for publikum, gjør at arrangørene har de rette forutsetningene for å skape minneverdige opplevelser som publikum kan være villige til å betale for. Dette krever imidlertid at de unike egenskapene som hologramkonserter besitter, i form av valg og variasjon, blir fremhevet og kommunisert av arrangørene. Spesielt når hologramkonserter har en grunnleggende mangel som ellers er viktige for publikummet, eksempelvis artistens interaksjon.

5.6 Juridiske utfordringer

Noe av den mest tankevekkende informasjonen vi har oppdaget i denne studien, er hvorvidt konsertarrangører i Norge egentlig er klar over ansvaret de har for å klarere de ulike rettighetene før gjennomføringen av en hologramkonsert.

“Her ‘toucher’ du retten til personlig bilde, bare live. Du må også klarere retten til å bruke personkarakteristikkene. Identiteten er det sentrale i forhold til dette rettsvernet.” - Irina Eidsvold-Tøien

Vi tok kontakt med organisasjonen Norske Konsertarrangører (NKA). De hadde ikke opplevd noen interesse vedrørende hologramkonserter fra deres medlemmer. Videre hadde de heller ingen synspunkter eller tanker om den juridiske rammen,

eller gjennomføringen av en slik konsert, og stilte derfor ikke opp til intervju. Vi finner det oppsiktsvekkende at NKA, som er ledende interesseorganisasjon for over 300 konsertarrangører, ikke har gjort seg opp noen spesifikke meninger om hvordan hologramkonserter vil påvirke markedet. Dette kan gjenspeiles i Tøiens bekymringer om at hologramkonserter fører til mange problemstillinger overfor arrangørene, ved at de må forholde seg til de juridiske rammene på en korrekt måte.

I forkant av studien hadde vi et inntrykk om at lovverket ved en hologramkonsert kompliseres på et generelt nivå, spesielt med tanke på utøverretten. Derimot opplyste Tøien om viktigheten bak å avklare rett til personlig bilde jf. åvl § 104, som er et utslag av retten til privatliv jf. EMK art. 8. Vi mener derfor at søkelyset må rettes mot denne loven og hvilke utfordringer den medfører, da denne ikke nødvendigvis følger vanlig arvelov jf. åvl. § 70. Videre trekker Tøien fram at konflikten handler om at det ikke kommer tydelig nok frem i loven, hvorvidt retten til personlig bilde kan overdras. Det fremkommer av åvl. §104 første ledd, at fotografi som avbilder en person, ikke kan gjengis eller vises offentlig uten samtykke av den avbildede (med unntak). Vernet gjelder i den avbildedes levetid og 15 år etter utløpet av avbildedes dødsår. Ved å tolke dette ordrett, har ingen rett til å benytte bildet av en norsk artist, før etter 15 år, når bildet er i det fri. Fremtidige utfordringer vil derfor omfatte hvordan disse rettighetene skal kunne avklares.

“Jeg ser ingen etiske utfordringer med å ha en konsert sånn sett. Men det er jo vanskelig å få et samtykke fra en person som ikke lever lenger” - Irina Eidsvold-Tøien

Ut ifra våre resultater mener vi at lovverket må fortsette å utvikles i samme tempo som teknologien. Dette fordi vernetiden per dags dato er forskjellig i de ulike rettighetene, eksempelvis vernetiden til eget bilde kontra vernetiden til et lydopptak. For å kunne gi hologramkonserter og dets arrangører tydeligere rettslige rammer vil det være nødvendig å anvende spesielt utøverrettigheter, vernetid og rett til eget bilde i større sammenheng. Dette fordi det utgjør formatet til en hologramkonsert. Slik som Tøien poengterer flere ganger er det rett til eget bilde, jf. åvl § 104, som vil bli essensielt da det ikke forekommer tydelig nok hvordan denne rettigheten skal klareres etter ens død. Dette kommer også frem gjennom våre dybdeintervjuer.

“Det har jo med rettighetene å gjøre. Hvem det er som skal bære inntektene. Det er jo det som er spørsmålet her da, på hvordan pengene skal håndteres. Hvem eier musikkmateriale, hvem eier teknologien, hvordan de skal splitten være? Det er mange ting å forholde seg til der.” - C

Videre skal det understrekes at det juridiske perspektivet er særlig viktig for å forstå hvordan publikum forholder seg til de etiske aspektene ved hologramkonserter. I et slikt tilfelle ser vi at jus og etikk går hånd i hånd, da eksempelvis intervjuobjekt C problematiserer etikken rundt hologramkonserter, ved å begrunne det i juridiske utfordringer.

5.7 Oppsummering

US1	Det er en relativ jevn fordeling mellom positive og negative holdninger tilknyttet hologramkonserter. Dette kan skyldes varierende kompetanse og kunnskap om hva en hologramkonsert egentlig er. Det er tydelig at store deler av publikum mener man vil miste interaksjon med artisten under en hologramkonsert.
US2	Betalingsviljen til publikum for en hologramkonsert er i gjennomsnittet 382 NOK. Betalingsviljen er noe lav, og billettprisen bør dermed justeres i samsvar med popularitet av artisten og segmentet som skal nås.
US3	Det er en normalfordeling blant publikum i forhold til etiske synet rundt en hologramkonsert. 27% mener det virker uetisk. Videre fremkommer det at de med mest kunnskap og interesse for musikk ofte er de mest kritiske og har sterke meninger om at hologramkonserter er uetiske.
US4	Ut ifra våre analyser ser vi en positiv korrelasjon mellom holdning til teknologi og holdning til hologramkonserter.
US5	For å nå det potensielle publikummet viser våre analyser at en arrangør først og fremst må vektlegge faktorer som effekter, type konsertlokale og hvilken artist de velger å sette opp på en hologramkonsert. Dette reflekterer at det bør foreligge en totalopplevelse av god kvalitet som differensierer hologramkonserter, fra ordinære konserter. Kunnskap om hologramkonserter blant publikum er en essensiell faktor for å skape økonomiske muligheter for arrangørene.

US6	Hovedsakelig vil de største utfordringene ligge i klareringen av rettigheter som har ulik vernetid (lydopptak og personlig bilde) i åvl. § 104, da artisten er død og ikke kan gi samtykke. I tillegg er åvl. §§ 11 og 21 svært sentralt da det omhandler hologramkonserter som et totalprodukt. Dette perspektivet er viktig for forståelsen av utfordringene som arrangørene kan møte på, men vil ikke direkte påvirke publikums holdninger.
------------	--

Konklusjon

Etter gjennomføring av dybdeintervjuer og spørreundersøkelsen, fikk vi en bedre forståelse av hvilke holdninger det norske publikum har til hologramkonserter. Vi ser at publikums holdning til hologramkonserter, er jevnt fordelt mellom positive og negative holdninger. Vi observerer likevel at det er en grunnleggende mangel på kunnskap om hva hologramkonserter er, og hva de innebærer. Dette skaper på sin side muligheter og utfordringer for arrangørene.

Mulighetene til arrangørene ligger i å satse på forbrukerne som allerede har kjennskap til underholdningsformen. I tillegg har de en stor fordel ved at de kan påvirke dannelsen av positive holdninger hos de som per dags dato stiller seg nøytrale. Dette kan de gjøre gjennom å formidle kunnskap om hologramkonserter. De har dermed makten til å påvirke narrativet for hologramkonserteres utvikling på det norske livemarkedet.

Utfordringene som ligger bak publikums holdninger gjenspeiles i mange faktorer. Først og fremst mener noen publikummere at hologramkonserter er uetiske, hvilket blir en viktig faktor rundt arrangørenes kommunikasjon utad. En lav betalingsvilje kan også bli en utfordring, hvilket kan bli problematisk for arrangørene å balansere i et budsjett. I tillegg står arrangørene overfor flere juridiske utfordringer da de er ansvarlige for at rettighetene som skal klareres, *faktisk* er klarert etter den norske åndsverkloven.

Etter endt studie har vi fått en dypere forståelse av hva en hologramkonsert innebærer og hvordan publikum oppfatter dette fenomenet. Basert på resultatene fra studien, mener vi at hologramkonserter har forutsetningene til å bli en substitutt til en ordinær konsert. Vi mener at dette blir et nytt produkt, med et nytt scenisk format. Dette krever dog at de unike egenskapene hos hologramkonserter

fremheves, for å kompensere for tapet av den mellommenneskelige kontakten fra en fysisk artist. På bakgrunn av alt dette blir det derfor spennende å se hvordan hologramkonserter inntar sin plass i den norske livebransjen.

Kritisk vurdering og selvrefleksjon av studien

Avslutningsvis ønsker vi å reflektere rundt egen prosess. Arbeidet med studien har vært en bratt læringskurve, og vi innså at dette temaet hadde en mye større rekkevidde enn tidligere antatt. Ved å ta utgangspunkt i et mindre omfattende perspektiv, hadde vi hatt muligheten til å fordype oss i større grad. Likevel mener vi at studien har gitt et innblikk på temaets kompleksitet. Vi ser også at målingen av enkelte variabler med fordel kunne blitt gjennomført mer inngående, ved å teste flere aspekter i kvantitativ studie. Dette kunne ha bidratt til flere representative og generaliserende funn. Av hensyn til begrensninger rundt omfang, tid og ressurser, fikk vi ikke muligheten til dette. Utbruddet av COVID-19 har også ført med seg utfordringer rundt den kvantitative datainnsamlingen, som kan ha ført til lavere reliabilitet. Til tross for disse begrensningene har vi likevel fått anvendt mye av breddekunnskapen vi har tilegnet oss gjennom tre år på Handelshøyskolen BI. Da temaet “hologramkonserter” er såpass ukjent i Norge, så vi det nødvendig å belyse flere perspektiver for å skape en grunnleggende forståelse av konseptet. Vi anser denne studien som godt gjennomført, der vi har klart å belyse problemstillingen og temaet på en tilfredsstillende måte, med de ressursene som var tilgjengelige.

Til videre forskning

Vi ønsker å trekke inn Centre for Creative Industries (BI:CCI) og oppfordre til videre forskning på hologramkonserter og dets utvikling. I vår studie har vi hovedsakelig observert at det juridiske perspektivet er omfattende og komplekst, og mener at dette er spesielt relevant for å undersøke videre. Dette for å forstå de eventuelle konsekvensene hologramkonserter vil utgjøre i den norske livebransjen.

Referanseliste

- Asheim, I. (1997). *Hva betyr holdninger? : Studier i dydsetikk*. Oslo: Tano Aschehoug
- Aune, O. (2019, 17. november). Når de døde rocker. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/kultur/xl/nar-de-dode-rocker-1.14779050>
- Beckmann, H. (2019). «Hvis det går en dag uten musikk, føler jeg at jeg ikke har levd den dagen». *Tidsskriftet Norges Barnevern*, 96(01-02), 6-21.
- Christensen, S., Fugelsnes, E., Kvalnes, &., Nygaard, P., Sogner, K., Stoknes, P., & Handelshøyskolen BI Institutt for rettsvitenskap og styring. (2019). *Bedriften : Kompendium HIS 3410* (3. utgave. ed.). Oslo: Handelshøyskolen BI, Institutt for rettsvitenskap og styring
- Dalchow, J. (2019). *Hjelp, jeg er i popbransjen!* (3. utgave. ed.). Oslo: Daworks books
- Eidsvold-Tøien, I., Torp, Ø., Theie, M.G., Molde, A., Gaustad, T., Sommerstad, H., Espelien, A. & Gran, A. (2019). *Hva nå - Digitaliseringens innvirkning på norsk musikkbransje*, s. 20-27. Oslo: BI Centre for Creative Industries.
- Gripsrud, G., Olsson, U., & Silkoset, R. (2018). *Metode og dataanalyse : Beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP, Excel og SPSS* (3. utg. ed. 4. opplag). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Haave, M.B.N, Helgeland, K., Kaur, R., Slemdal, L.I. & Sjøvold, J.M. (2019). *Kunst i tall 2018 - Inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst*. Prydz, Ø. (Red). Oslo: Kulturrådet.
- Hjelmbrekke, S. (2017). *Musikk og pengar. Ein introduksjon til norsk og internasjonal musikkindustri* (s. 9-10). Kongsberg: Høgskolen i Sørøst-Norge.
- Holbrook, M. & Hirschman, E., 1982. *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun*. *J CONSUM RES*, 9(2), p.132
- Humphries, S. (2019). Buddy Holly's back ... as a touring hologram. But is it 'live' music? *The Christian Science Monitor*, p. *The Christian Science Monitor*, Dec 4, 2019.
- Hutchinson, K. (2014, 5. desember). Hatsune Miku: Japan's holographic pop star might be the future of music. *The Guardian*. Hentet fra <https://www.theguardian.com/music/2014/dec/05/hatsune-miku-japan-hologram-pop-star>
-

-
- Ifeanyi, K. (2019, 19. september). The hologram concert revolution is here, whether you like it or not: Meet the company touring Whitney Houston and Buddy Holly. *Fast Company*. Hentet fra <https://www.fastcompany.com/90365452/hologram-concert-revolution-like-it-or-not-meet-company-touring-whitney-houston-buddy-holly>
- Krokan, A. (2015). *Den digitale økonomien – Om digitale tjenester, forretningsutvikling og forretningsmodeller i det digitale nettsamfunnet*. Oslo: Cappelen Damm.
- Molde, A. (2020). *Hva skjer med live-musikk etter koronakrisen?* Hentet fra <https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2020/04/hva-skjer-med-live-musikk-etter-koronakrisen/>
- Myers, O. (2019). *'It's ghost slavery': the troubling world of pop holograms*. The Guardian. Hentet fra: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/jun/01/pop-holograms-miley-cyrus-black-mirror-identity-crisis>
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri): A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320.
- Pedersen, A. (2012). *Opplevelsesøkonomi*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Pettersen, L. (2018). Digitalisering. *Norsk Medietidsskrift*, 25(04), 1-17.
- Rognstad, O., & Lassen, B. (2019). *Opphavsrett* (2. utgave. ed.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Ruud, E. & Sunde, O. (2020). *Konsert*. Store Norske Leksikon. Hentet fra <https://snl.no/konsert>
- Ryan, G. (2020). *The Whitney Houston hologram tour review: fans are overcome by emotion at 2020's most controversial gig*. NME. <https://www.nme.com/reviews/live/the-whitney-houston-hologram-tour-review-2619187>
- Schiffman, L., Kanuk, L., & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour : A European outlook* (2nd ed.). Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Selnes, F., Lanseng, E.J. (2015) *Markedsføringsledelse* (1. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk
- Skipnes, O. (1990). *Holografi - det tredimensjonale mediet*. Fra Fysikkens Verden Nr. 2. (Red. Holter, Ø. & Ingebretsen, F.). Norsk Fysisk Selskap.
-

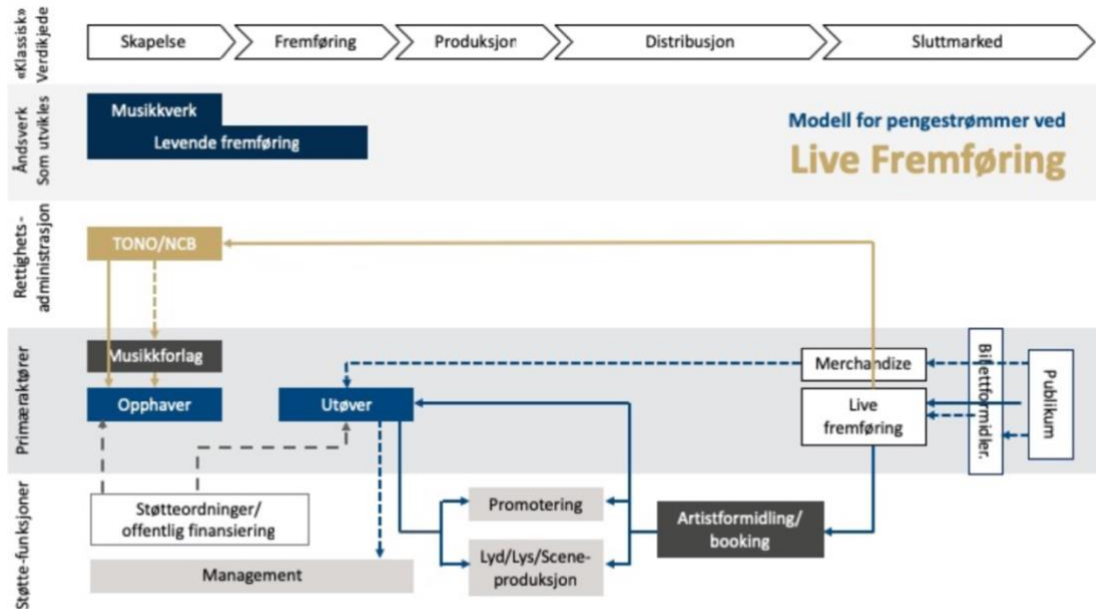
Statistisk sentralbyrå. (2020, 17. april). 05292: *Besøk på konsert, etter kjønn, alder og utdanning, siste 12 måneder 1991 - 2016* [Datasett]. Hentet fra <https://www.ssb.no/statbank/table/05292/>

Torp, Ø., Gran, A., Tøien, I.E., & Theie, M.G. (2017). Rapport nr. 2 2017, *Musikkbransjen i Norge 2011-2015 – Økonomisk analyse av fem delbransjer og elleve undergrupper*. Handelshøyskolen BI: BI Centre for Creative Industries. Hentet fra <https://www.konsertarrangor.no/media/2249384/rapporten-musikkbransjen-i-norge-2011-2015.pdf>

Vedlegg

1.0 Verdikjede og pengestrøm

(Eidsvold-Tøien m.fl (2019))



Figur 2.4: Pengestrøm ved konsertvirksomhet.

2.0 Intervjuguide

Intervjuguide - Publikum/konsument

Introduksjon

Hei! Vi er tre studenter fra Handelshøyskolen BI i Oslo, som jobber sammen om en bacheloroppgave angående livebransjen innenfor musikk. Vi vil stille deg en rekke spørsmål om temaet der du kan svare helt fritt og akkurat det du mener. Vi vil også poengtere at her er ingen svar feil, og vi er kun ute etter din personlige mening. Vi vil også informere om at vi kommer til å bruke lydopptak slik at vi ikke går glipp av viktig informasjon. Etter intervjuet og analysen er ferdig, vil lydopptaket bli slettet og du blir holdt anonym hele tiden. Takk for at du stiller opp.

Demografiske variabler:

1. Kjønn
2. Alder
3. Bosted
4. Utdanning
5. Arbeidssituasjon

Preferanse - Teknologi og innovasjon (*Uavhengig variabel*)

6. Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen teknologi og innovasjon? (*Skala fra 1-5, hvor 5 = svært oppdatert*)
7. Hvordan anvender du teknologi i hverdagen?
8. Hvor ofte kjøper du teknologiske produkter/tjenester?
 - a) Hvis sjeldent: Hvorfor?
 - b) Hvilke typer teknologiske produkter/tjenester er dette? (Tv, programvarer, mobil osv.)
 - c) Foretrekker du å kjøpe den nyeste modellen? (JA/NEI)
 - i. Hvorfor / hvorfor ikke?
 - ii. Dersom produktet du har fra før av fungerer som det skal, opplever du behov for å kjøpe deg et nytt produkt?
9. Når du først har kjøpt deg et nytt teknologisk produkt - hvor mye tid bruker du på å lære deg å anvende produktet? (lærer raskt, sakte)
10. Kommer andre personer til deg for å få råd når det gjelder ny teknologi? (JA/NEI)
 - a) Hvorfor tror du at det er slik?
11. Når det gjelder å utføre en oppgave - synes du at en maskin er mer pålitelig til å utføre denne, enn et menneske? (JA/NEI)
 - a) Hvorfor synes du dette?
12. Flere og flere arbeidsplasser blir nå automatisert (Gi eksempler). Hva er dine tanker om dette, og hvordan tror du dette vil påvirke deg?

Bransjekunnskap:

13. Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen musikk og musikkbransjen? (*Skala fra 1-5, hvor 5 = svært oppdatert*)

Preferanse - Musikk og konserter (*Uavhengig variabel*)

14. Hvilken musikk sjanger foretrekker du?
15. Hvordan foretrekker du å høre på musikk? (*Fysisk, digitalt, lineært, live*)
16. Hvor ofte går du på konsert i løpet av året?
17. Hvilke typer konserter er dette? (*f.eks festival, stadiumkonsert, klubbkonserter, jams..*)
18. Hadde du ønsket å gå på konserter oftere enn det du gjør? (JA/NEI)
 - a) Hvorfor/Hvorfor ikke?
19. Hvilke kriterier setter du når du velger hvilken konsert du vil dra på? (*artist, venue*)
20. Hvilke faktorer vektlegger du under konserten? (*lyd, lys, formidling etc.*)
21. Hvor stor rolle spiller artistnavnet, når du velger konsert? (*merkevare*)
22. Hvor viktig er det for deg å gå på konserter? (*skala 1-5, hvor 5 = svært viktig*)
 - a) Hvorfor?

Kjennskap - Erfaring og meninger om hologramkonserter (*Uavhengig variabel*)

23. Har du hørt om hologramkonserter? (JA/NEI)
 - a) Dersom JA: Har du eksempler på slike konserter?
24. Har du noen tidligere erfaringer med hologramkonserter, eller kjenner noen som har det? (JA/NEI)
 - a) Dersom JA: kan du utdype dette?

I. Holdning (Avhengig variabel)***Trekomponentmodellen******Kognitiv***

25. Hva tenker du når du hører ordet “hologramkonsert”?
26. Hvordan ville du beskrevet en hologramkonsert? (*hva tror du foregår på en slik konsert*)
27. Hva vet du om denne typen konserter?
28. Hva er din formening om konserter som bruker hologram av artister som verktøy/virkemiddel?
29. Hvilke artister, som ikke lenger er i live, ville du ha sett live på konsert?
 - a) Hvorfor?
30. Whitney Houston skulle nå i mars “spille” konsert på Folketeatret, ved hjelp av hologramteknologi. Billettprisen for en slik konsert var 485,-. Hva tenker du om denne billettprisen? (Dyrt, billig)
 - a) Ville du ha dratt på denne konserten?
 - i. hvorfor?

Affektiv

31. Hva assosierer du med konserter?
32. Hva føler du at konsekvensen av slike hologramkonserter kan være? (*positive og negative*)
33. Føler du at dette er etisk riktig ovenfor artistene som “blir” hologrammer? (JA/NEI)
 - a) Hvordan føler du da om at avdøde artister blir “foreviggjort” gjennom bruk av hologramkonserter?
34. Hvordan føler du at etikk spiller en rolle i hologramkonserter med avdøde artister?
 - a) For deg som publikum - føler du at det er etisk riktig å arrangere slike konserter? (JA/NEI)

Konativ

35. Hva får deg til å ville dra på en konsert? (*f.eks sosialt aspekt, line-up, oppdage ny musikk, etc.*)
36. Har du planer om å dra på en konsert i nærmeste fremtid?
 - a) Hvilken konsert er dette, og hvor spilles den?
 - b) Hvorfor har du valgt å dra på denne konserten?

II. Holdning (Avhengig variabel)***Theory of Reasoned Action******Holdning til atferden***

37. Hva oppnår du når du går på konsert? (*f.eks kulturell-, sosial verdi*)
38. Hva tenker du at du oppnår når du går på **hologramkonsert**? (*f.eks kulturell-, sosial verdi*)
 - a) Ville du oppnå det samme når du går på en hologramkonsert ?

Subjektiv norm

39. Hva tror du andre (*venner og familie*)* synes om å dra på en hologramkonsert?
40. Hva tror du andre (*venner og familie*)* synes om at *du* drar på en hologramkonsert?
41. Dine venner/familie synes det er uetisk at du planlegger å gå på en hologramkonsert, i hvilken grad lar du deg påvirke av dette? - Hvorfor?
42. Hvilke tanker gjør du deg da de rundt deg ønsker å dra på hologramkonserter?

Konkurrenter/Substitutt (Uavhengig variabel)

43. Av det du vet nå - hvordan synes du hologramkonserter virker i forhold til andre konserttilbud?

44. Hva skal til for at du velger å dra på en hologramkonsert, fremfor andre konserttilbud - generelt? (*må de sette ned prisen, få større utvalg av artister, flere konsertvenues osv..?*)*

Avslutning

Oppsummere intervjuet, spørre om det er noe mer personen har å tilføye angående tema. Takke for deltakelsen til intervjuet.

* Forslag til å spinne videre på, dersom respondenten ikke forstår spørsmålet eller sitter fast.

Intervjuguide – Irina Eidsvold-Tøien

Spørsmål

Tema: Hvilke juridiske utfordringer kan hologramkonserter innebære for konsertarrangører?

1. **Kan du fortelle kortfattet om din bakgrunn som jurist og utøvende kunstner?** (utdanning, arbeidserfaring, o.l.)
2. **Hvilke umiddelbare tanker gjør du deg om at et hologram kan erstatte en levende artist sin fremføring?** (i og med at hologrammet er en “fysisk” 3D-fremføring av tolkningen og selve åndsverkene)
3. **Kort fortalt, hvordan må arrangører innrette seg etter lovverket når de skal arrangere en vanlig konsert?**
 - a) *Hvordan tror du dette blir en forskjell, når det er snakk om en hologramkonsert?*
4. **Hvilke rettigheter kan potensielt sett bli krenket i denne bruken av hologram av artisten?**
 - a) *I og med at en hologramkonsert fronter den avdøde artisten som et hologram, en ren kopi av personen og dens vokal, bevegelser og fremførelse, vil dette kunne ses på som en krenkelse av personvern? Evt. hvilke konflikter kan oppstå?*
5. **Hvilke utfordringer tror du kan oppstå siden artisten ikke kan gi sitt samtykke for bearbeidelse av fremføringen?**
6. **Hvordan tror du dette vil påvirke lovverket (åndsverkloven) når det kommer til å verne om utøverens personlige tolkning av fremføringer?**
 - a) *I hvilken grad tror du at vernetiden kommer til å utvides? (med tanke på at artisten i større grad blir “udødelig”)*
7. **Hvilke juridiske konflikter tror du kan oppstå mellom konsertarrangøren og de som har overdratt rettighetene til den avdøde artisten(hologrammet)?**
 - a) *På bakgrunn av dette, bør det tilføyes nye lover som er knyttet direkte til konsertarrangøren?*

3.0 Transkriberingsoversikt

	Respondent A	Respondent B	Respondent C	Respondent D
Score	Høy musikkinteresse Høy teknologi interesse	Høy musikkinteresse Lav teknologi interesse	Lav musikkinteresse Høy teknologi interesse	Lav musikkinteresse Lav teknologi interesse
Bakgrunn	23 år Grønland, Oslo Bachelorstudie UiO Frilanser i musikk (student)	22 år Nydelan, Oslo Bachelorstudie BI Deltidsjobb kino (student)	30 år Bergen Mastergrad innen teknologi og ledelse (fast ansatt)	35 år Oslo Bachelorgrad i Fine Arts (jobber som kunstner)
Bransjekunnskap	Skala 1-5: Opplever seg som 4 på nyheter og trender i musikk	Opplever seg selv som 4 på oppdatert innen nyheter og trender. Likevel har hun økt kunnskap grunnet et fag hun hadde på bachelorstudie.	Skala 1-5: mellom 2 og 3, er oppdatert på måten man konsumerer musikk på.	Skal 1-5: 2, ikke særlig oppdatert.
Digital teknologi	Skala 1-5: opplever seg som 4 på nyheter og trender i teknologi og innovasjon Teknologi i jobb: programvarer og apparater for å spille, ta opp eller manipulerer lyd. Teknologi i fritid: mobil,	Skala 1-5: 3, over gjennomsnittet oppdatert, da teknologi er av interesse. Teknologi i jobb og privat: Mobil, Mac (og kamera) Teknologiske produkter: Kjøper nye teknologiske produkter et	Skala 1-5: 5 – svært oppdatert på ny teknologi og nye ting som skjer på denne fronten. Jobber med IT, bruker hovedsakelig mobil og data. Er generelt aktiv på de aller fleste teknologiske plattformer. Kjøper nye teknologiske produkter på ukentlig-mnd. basis	Skala 1-3: 3, helt ok oppdatert. Hverdagen: bruker telefon og programmer til bildebehandling. Kjøper nye produkter via PS4.

	<p>hodetelefoner og Mac.</p> <p>Teknologiske produkter: kjøper 1 gang i måneden, ofte abonnementer på diverse streaming. Plug-ins (lydprogrammer)</p> <p>Foretrekker det nyeste produktet fordi «produsenten har valgt å oppgradere produktet av den grunn»</p> <p>bruker kort tid på å lære seg det nye produktet. Og andre personer kommer til han for å bli opplært</p> <p>God kompetanse innenfor feltet</p> <p>Maskin eller menneske: Kommer an på situasjonen om man ønsker kommunikasjon med en robot vs. et menneske</p>	<p>par ganger i året, liker å oppdatere produktene ofte.</p> <p>Bruker ikke lang tid på å lære seg, familie hender at kommer til henne for hjelp</p> <p>Maskin eller menneske: maskiner er mer pålitelig, men følelseladd vil mennesket være best</p>	<p>Foretrekker å kjøpe den nyeste modellen – det har ofte med funksjonalitet å gjøre. Ønsker å bytte ut produkter når han opplever en nytte ved å bytte det ut</p> <p>Lærer seg ofte ny teknologi fort, men kommer helt an på produktet – folk kommer ofte til han for å lære (kan være fordi han jobber som data ingeniør)</p> <p>Generelt sett er mennesker mer pålitelige enn maskiner. – at arbeidsplasser blir automatisert er mer en mulighet enn trussel. (hever kompetansenivået som et menneske ikke klarer)</p>	<p>Kjøper sjeldent nye produkter. Telefon, data etc. er minst to år gamle.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kjøper det han er fornøyd med og bruker det til det blir slitt. - Hvis en litt eldre modell fungerer for han kan han like godt kjøpe den. <p>Trenger ikke nødvendigvis den nye modellen, kommer an på.</p> <p>Liker maskiner bedre hvis det er snakk om eks: matbestilling etc. – er tidsbesparende</p> <ul style="list-style-type: none"> - Når det kommer til automatiserte arbeidsplasser er det ingen god tanke at folk skal miste jobben.
<p>Preferanser</p>	<p>Hører på pop, rock og hip hop</p> <p>Konsumerer musikk via streaming og live. Men også noe lineært og fysisk hjemme hos foreldrene (vinyl)</p>	<p>Hører kun på POP; Spotify topp 100 indikerer hennes musikkpreferanse</p> <p>Konsumerer musikk via Streaming, litt radio og litt YouTube</p>	<p>Hører på hip hop og en blanding mellom pop, techno, trance, EDM-musikk. (klar rytme)</p> <p>Hører på musikk digitalt</p>	<p>Hører på mye forskjellig: rock, pop, opera, electronica.</p> <p>Hører på musikk gjennom Spotify, var mer radio før. Men i arbeidssituasjon er radio mer vanlig.</p>

	<p>Konsertbesøk: Går på konsert over 50 ganger i året (inkl. ulike konserter på festivaler nærmer det seg 100 konserter i året)</p> <p>konsertlokale: Klubb, festival og arenakonsert - Har ikke behov for å gå på flere konserter fordi han opplever at han får med seg det meste</p> <p>vektlegger faktorer: interesse for artisten, god lyd kvalitet, visuelle effekter og godt miljø rundt konserten</p> <p>Artistens navn spiller en stor rolle</p>	<p>Er mest på store arenakonsert og ønsker å gå på flere konserter fordi det er gøy. Artisten har mye å si.</p> <p>Vektlegger faktorer: Pris og geografisk avstand har noe å si – men ikke avgjørende</p> <p>Konsertbesøk: er ikke så viktig å dra på konsert (skala 1-5) svar: 2-3</p> <p>Følger med på ny musikk på Spotify (New Music Friday)</p>	<p>Hører mindre på musikk nå enn hva han gjorde før. Grunnet nye audio-produkter som lydbøker og podcast</p> <p>Sjeldent konsertbesøk (maks 3 ganger i året) Foretrekker konserter på mindre lokaler – intim opplevelse og tettere interaksjon med artisten</p> <p>Har ikke behov for å gå på konserter oftere</p> <p>Geografisk: kunne dratt til Oslo for å se en konsert. – vektlegger atmosfære som en faktor på en konsert</p> <p>Artistnavn spiller stor rolle.</p> <p>Skala 1-5: 1, er ikke viktig å dra på konsert.</p>	<p>Konsumerer gjennom streaming. – hører masse på podcast</p> <p>Går lite på konsert. Blir ofte med på det. Andre blir med på. Mest klubb og noe festival.</p> <p>Kriterier til en konsert: artisten må være en han liker. Og gode venner – det er det sosiale som teller. Artistnavnet er likevel ikke like viktig som selve musikken, Musikken er mer viktig</p> <p>Skala 1-5: 2, det er ikke så viktig å gå på konsert. Skulle gjerne vært på 3-4. Kommer mye an på hvilket miljø man er fra og hans krets er ikke i det miljøet.</p>
Kjennskap	Kjennskap til hologram: har hørt om det, Tupac. Har ingen	Kjennskap hologram: Har hørt om hologramkonsert	Kjennskap til hologram: har hørt om det, vet om de konsertene med Tupac og Michael Jackson.	Kjennskap til hologramkonsert: Har hørt om det, kjenner ingen som har

	<p>erfaringer, bare kunnskap via internett</p> <p>Vet at det er en artist som virtielt blir fremstilt</p>	<p>Vet lite om det, men ser for seg mye lys og bevegelser – opplever hologramkonserter som futurisk</p> <p>kjenner ingen som har vært på en slik konsert</p>	<p>Har ikke vært på det selv. Er positivt innstilt (ser stilig ut). Har sett hologramkonserter på YouTube.</p>	<p>vært på det – har ikke vært på det selv heller.</p> <p>Tenker: science fiction, fremtidsgreier. Futuristisk.</p> <p>Tenker på at en kunstner som er død ikke eier rettighetene lenger og at vedkommende ikke kan stå for det som blir gjort på scenen – men trekker paralleller til kunst hvor de fleste kanskje vil leve videre? (Munch etc.)</p>
Holdninger	<p>Opplever at et hologram av artisten og konserten blir falskt og «forced» for å tjene penger på den avdøde artisten - mens i Japan blir det mer underholdning. Opplever at inntjening av penger dominerer konserten.</p> <p>Hologramkonsert Whitney: Prisen er greit – men hologramkonsert er unødvendig. Ville ikke gått på Whitney konserter på folketeateret – kunne like godt sett konserten på en skjerm hjemme</p>	<p>Opplever at man mister den personlige relasjonen til artisten</p> <p>Prisen hun er villig til å betale kommer an på artisten.</p> <p>Ville sett Michael Jackson på hologramkonsert</p> <p>en god konsert = venner, høy lyd og masse musikk – glede og moro</p> <p>Etisk: synes det er en fin måte å oppleve en artist på nytt. Nøytral</p>	<p>Opplever at et hologram vil ta deg «med inn i en musikkvideo».</p> <p>Tenker det kan være kult, spesielt fordi man får muligheten til å se band/artister på nytt. Få gjenoppleve artistene.</p> <p>Hologramkonsert Whitney: høy pris for at en artist ikke er der en gang. Kan likevel betale fordi det er jo en opplevelse. Så hadde betalt for opplevelsen.</p> <p>Assosiasjon med konsert = enkeltstående opplevelser, minneverdige</p>	<p>Opplever at det positive ved en slik konsert er at kunstneren vil bli holdt i live selv etter ens død. – fint å leve videre når man har skapt noe. – kunsten lever lenger enn din fysiske grense.</p> <p>Hologramkonsert Whitney = hologram er bedre enn cover/etterligning. Prisen høres også rimelig ut.</p> <p>Opplever at han vil oppleve det samme på en</p>

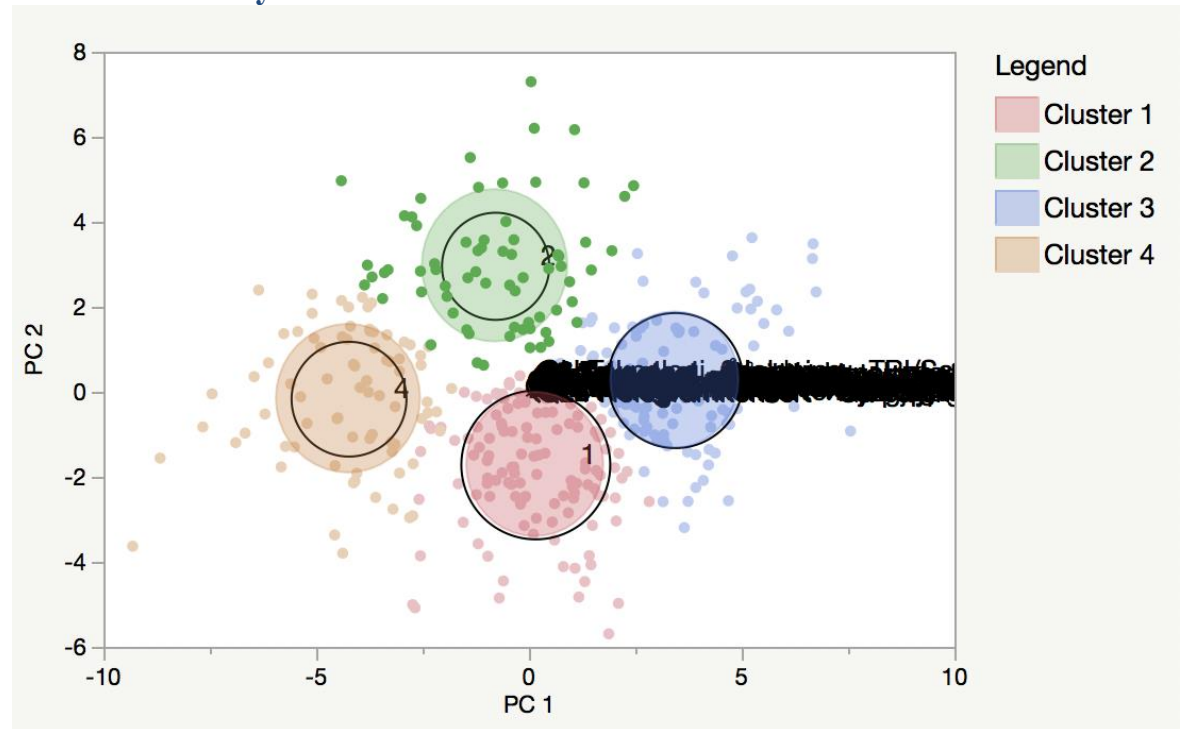
	<p>Assosiasjon til konsert = live musikk, høy desibel</p> <p>Etisk: ikke riktig å lage hologram av artisten</p> <p>Faktorer som gjør at han vil dra på konsert = venner, og interessant artist</p> <p>Oppnår adrenalinkick og glede ved å dra på konsert - dårlig konsert gir skuffelse og misnøye</p> <p>Kan hende han opplever en «åpenbaring» på hologramkonsert, men per nå er han ikke positiv til dette.</p> <p>Bryr seg ikke om hva venner og familie mener om hans valg</p> <p>Faktorer som påvirker valget for å evt. dra på hologramkonsert = utvalg og pris, hvis hologramkonserten er billigere og virker mer interessant så kan det være interessant å dra på konserten og sjekke ut hologramkonsert.</p>	<p>følelse knyttet til hologramkonsert</p> <p>Synes det er etisk riktig</p> <p>Tror de fleste vil ha positive følelser rundt hologramkonserter fordi det betyr at vi holder liv i musikken til den avdøde artisten</p> <p>opplevelsen av en hologramkonsert blir annerledes fordi man VET at de ikke lever, man vil sette den personlige relasjonen til side og heller gjenoppleve artisten og musikken (nostalgisk)</p> <p>Bryr seg ikke om hva de rundt mener</p> <p>Hologramkonsert = spennende, skeptisk fordi man mangler den fysiske relasjonen, må være geografisk tilpasset</p>	<p>Etisk riktig = handler mer om at publikum får mulighet til å oppleve sin favorittartist på nytt. – riktignok spiller etikken en rolle da det kommer til rettigheter. Som publikummer ser han ikke på dette som noen etiske utfordringer.</p> <p>Oppnår opplevelser og stemning ved å dra på konsert. Noe minneverdig. – tror ikke han ville opplev de samme på hologramkonsert. Det vil ikke være samme spenning og usikkerhet på hologram som på en ekte konsert.</p> <p>Usikker på om publikum er klar for denne type konsert.</p> <p>Oppsøker konserter selv, men også via at andre spør om han vil bli med.</p> <p>Synes hologramkonserter virker interessant, da det er artisten som får han til å ville dra.</p> <p>Viktige faktorer: hele opplevelsen skal være bra. Skal være en bra «pakke» for at folk skal ville dra på det.</p>	<p>hologramkonsert som en vanlig konsert.</p> <p>Kulturelt utbytte ved konsert.</p> <p>Tror andre vil tro en hologramkonsert vil være spennende.</p> <p>For noen kan det være negativt at det ikke blir den samme interaksjonen som det ville blitt med en levende artist.</p> <p>Synes hologramkonserter er et spennende tilbud.</p> <p>Artisten avgjør om han vil dra på hologramkonsert fremfor en annen konsert.</p> <p>Det største problemet = hadde vært hvis de levende artistene blir utkonkurrert av sine plateselskap fordi de sitter på rettighetene til låtene og kan lage hologramkonsert av dem.</p>
--	--	---	--	---

4.0 Spørreundersøkelse

Q	Spørsmål
Q1	Kjønn
Q2	Alder
Q3	Nåværende bosted (Fylke)
Q4	Arbeidssituasjon
Q5	Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen teknologi og innovasjon?
Q6	Hvor enig er du i følgende påstand <ul style="list-style-type: none"> • Du liker å ta i bruk den mest avanserte teknologien som er tilgjengelig • Teknologi gir deg mer frihet • Du synes ny teknologi er mentalt stimulerende • Produkter og tjenester som bruker de nyeste teknologiene er mer praktisk å bruke
Q7	Hvor enig er du i følgende påstand? <ul style="list-style-type: none"> • Du er alltid åpen for å lære om ny teknologi og innovasjoner • Andre personer kommer til deg for råd når det gjelder ny teknologi • Du følger med på den siste teknologiske utviklingen innen dine interessefelt • Generelt sett er du den første i din vennekrets som benytter seg av ny teknologi
Q8	Hvor enig er du i følgende påstand? <ul style="list-style-type: none"> • Du blir overveldet av hvor mye kunnskap som kreves for å bruke den seneste teknologien • Når du kjøper et teknologisk produkt eller en tjeneste, foretrekker du å ha en enkel modell fremfor en med mange ekstra funksjoner • Ny teknologi er ofte mer komplisert enn det er nyttig • Med ny teknologi risikerer man ofte å betale mye penger for noe som kanskje ikke er verdt pengene
Q9	Hvor enig er du i følgende påstand? <ul style="list-style-type: none"> • Når det gjelder å utføre en oppgave, er en maskin mye mer pålitelig enn et menneske • Det kan være risikabelt å bytte til en revolusjonerende ny teknologi for raskt • Menneskelig kontakt er veldig viktig for deg når du handler produkter eller tjenester fra en bedrift • Ny teknologi og nye innovasjoner skaper usikkerhet ved å erstatte menneskelig arbeidskraft og kompetanse
Q10	Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen musikk og musikkbransjen?
Q11	Av de nevnte musikksjangrene under, hva er din favoritt dersom du bare skal velge én?
Q12	I hvilken grad liker du å høre på musikk gjennom følgende format? <ul style="list-style-type: none"> • Fysisk (CD, Vinyl, Kasset o.l) • Digitalt (Strømmetjenester og nettsider) • Lineært (Radio, TV) • Live (Konsserter, festivaler)
Q13	Hvor ofte går du på konsert i løpet av året? (NB! Festivalbesøk regnes som 1 gang)
Q14	Hvilken type konsert foretrekker du å dra på? (Publikumsstørrelse)

Q15	Hadde du ønsket å gå på konserter oftere enn du gjør?
Q16	Hvor enig er du i følgende påstand? "Jeg drar ikke på konserter oftere fordi..." <ul style="list-style-type: none"> • billettprisene er høye • konserttilbudene er sjeldent interessante • jeg ikke har noen å gå med • det er for langt å reise til nærmeste konsertarena • det finnes andre kulturtilbud jeg heller foretrekker
Q17	Hvor viktige er disse faktorene når du går på konsert? <ul style="list-style-type: none"> • Artisten sitt navn/merkevare • Stemningen blant publikum • Lyd, lys og effekter • Artisten sin interaksjon m. Publikum • Type konsertlokale • Sosialt samvær
Q18	I hvilken grad blir du påvirket av andre sine meninger om hvilke konserter du går på?
Q19	Har du hørt om hologramkonserter?
Q20	Med en hologramkonsert, menes det i denne undersøkelsen, at selve artisten som opptrer er projisert som et hologram på scenen i tredimensjonale bilder: Har du vært på en slik hologramkonsert?
Q21	Hvor mye hadde du vært villig til å betale for en hologramkonsert av din favorittartist? (NB! Skriv kun tall, opptil 2000 NOK)
Q22	Hvor sannsynlig er det at du går på en hologramkonsert, hvis... <ul style="list-style-type: none"> • billettprisene er lavere enn på vanlige konserter? • det utvider konserttilbudet og gjør det mulig å se artister som du ikke har muligheten til å se i levende live nå? • dine venner er interessert i å dra på en hologramkonsert? • konserten avholdes innen kort reisevei for deg?
Q23	Norges første hologramkonsert avholdes på Folketeatret i 2020, med Whitney Houston. Billetten koster 485 NOK. Hvor enig er du i følgende påstand? "Hologramkonserter..." <ul style="list-style-type: none"> • virker dyrt • virker upersonlige • virker uetiske • er noe jeg ville dratt med vennene mine på • er noe jeg er nysgjerrig på • er en fin mulighet til å gjenoppleve en artist
Q24	I hvilken grad kunne du tenkt deg å gå på en hologramkonsert?

5.0 Clusteranalyse



Segmenter/Cluster	Score	Kjennetegn
Cluster 1 (Materialistene)	2,23 2,85 3,05 2,77 2,22 3,95 3,51 4,02 4,03 2,48 509kr 3,15 3,56 2,85	<ul style="list-style-type: none"> • Q9: Teknologi: Ny teknologi - Risiko - Raskt (minst) • QH: TRI • Q10: Musikk: Oppdatert (litt høyere enn Cluster 2) • Q13: Konsert: Hyppighet (nivå 1, lavest av alle cluster) • Q16: Konsert: Oftere - Lang reisevei (mest) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Stemningen (mest) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Effekter (mest, litt høyere enn Cluster 3) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Interaksjon (mest, litt høyere enn Cluster 3 og 4) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Sosialt samvær (mest, litt høyere enn Cluster 2) • Q18: Konsert: Subjektiv norm (mest, lik Cluster 3) • Q21: Hologramkonsert: Betalingsvilje (nivå 2, litt lavere enn Cluster 3) • Q23: Hologramkonsert: Virker dyrt (mest litt høyere enn Cluster 3) • Q24: Hologramkonsert: Gå på en • QS: Hologramkonsert: Holdning
Cluster 2 (Hipsterne)	2,62 3,04 3,06 3,36 3,10 2,93 2,84 1,91 3,16 3,37 198kr 1,48 2,82	<ul style="list-style-type: none"> • Q9: Teknologi: Ny teknologi - Risiko - Raskt (mest) • Q9: Teknologi: Menneskelig kontakt (mest) • Q9: Teknologi: Erstatte (mest) • QH: TRI (litt lavere enn Cluster 2) • Q10: Musikk: Oppdatert (litt lavere enn Cluster 3) • Q13: Konsert: Hyppighet (nivå 2-nivå 3, samme som Cluster 4) • Q16: Konsert: Oftere - Sjeldent interessante (mest) • Q16: Konsert: Oftere - Lang reisevei (minst) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Effekter (minst, litt lavere enn Cluster 1) • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Sosialt samvær (minst) • Q21: Hologramkonsert: Betalingsvilje (nivå 1, litt høyere enn Cluster 1) • Q24: Hologramkonsert: Gå på en (minst) • QS: Hologramkonsert: Holdning

Cluster 3 (Teknoguru)	3,92 3,73 4,23 4 4,43 4,12 3,43 4,05 3 3,46 3,53 3,20 2,48 525kr 3,60 3,88 3,91 3,83 2,52 3,39 3,14 4,26 3,46	<ul style="list-style-type: none"> • Q5: Teknologi: Oppdatert (mest) • Q6: Teknologi: Avanserte (mest) • Q6: Teknologi: Frihet (mest) • Q6: Teknologi: Mentalt stimulerende (mest) • Q7: Teknologi: Åpenhet for å lære om ny teknologi (mest) • Q7: Teknologi: Interessefelt (mest) • Q8: Teknologi: Funksjoner (mest) • Q8: Teknologi: Komplisert vs. nyttig (mest) • Q8: Teknologi: Risiko (mest) • QH: TRI (mest, litt høyere enn <i>Cluster 2</i>) • Q10: Musikk: Oppdatert (mest) • Q13: Konsert: Hyppighet (nivå 3, mest) • Q18: Konsert: Subjektiv norm (mest, lik <i>Cluster 1</i>) • Q21: Hologramkonsert: Betalingsvilje (nivå 2, høyest av alle cluster) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Lavere billettpriser (mest) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Utvidet konserttilbud (mest) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Sosialt samvær (mest) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Kort reisevei (mest) • Q22: Hologramkonsert: Virker upersonlige (mest) • Q22: Hologramkonsert: Virker uetiske (mest) • Q23: Hologramkonsert: Virker dyrt (mest) • Q24: Hologramkonsert: Gå på en (mest) • QS: Hologramkonsert: Holdning (høyest)
Cluster 4 (Konservative)	2,82 2,27 2,78 3,09 1,89 2,85 1,58 3 2,56 2,96 2,93 142kr 1,62 1,77 2,09 1,81 2,5 1,58 2,29	<ul style="list-style-type: none"> • Q5: Teknologi: Oppdatert (minst) • Q6: Teknologi: Avanserte (minst) • Q6: Teknologi: Mentalt stimulerende (minst) • Q7: Teknologi: Åpenhet for å lære om ny teknologi (minst) • Q7: Teknologi: Råd (minst) • Q7: Teknologi: Interessefelt (minst) • Q7: Teknologi: Først i vennekrets (minst) • Q8: Teknologi: Komplisert vs. nyttig (minst) • QH: TRI (minst) • Q10: Musikk: Oppdatert (minst, litt lavere enn <i>Cluster 3</i>) • Q13: Konsert: Hyppighet (nivå 2-nivå 3, samme som <i>Cluster 2</i>) • Q21: Hologramkonsert: Betalingsvilje (nivå 1, lavest av alle cluster) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Lavere billettpriser (minst) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Utvidet konserttilbud (minst) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Sosialt samvær (minst) • Q22: Hologramkonsert: Sannsynlighet - Kort reisevei (minst) • Q22: Hologramkonsert: Virker uetiske (minst) • Q24: Hologramkonsert: Gå på en • QS: Hologramkonsert: Holdning (lavest)

<p>Oppsummering:</p> <p>C1</p> <p>C2</p> <p>C3</p> <p>C4</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Mest lik <i>Cluster 4</i> innen teknologi og mest lik <i>Cluster 3</i> når det gjelder musikk, samt hologramkonserter • Clusteret som ikke går på konserter oftere grunnet lang reisevei • I tillegg til effekter verdsetter C1 fremfor alt de sosiale aspektene ved å gå på konserter • Ser ut til å verdsette sosiale forbindelser generelt, da subjektive normer er viktige for dem • Relativt høy betalingsvilje (nivå 2) og holdning til hologramkonserter <ul style="list-style-type: none"> • Mest lik <i>Cluster 3</i> innen teknologi og mest lik <i>Cluster 4</i> når det gjelder musikk, samt hologramkonserter • Verdsetter menneskelig kontakt når de gjør forretninger med en bedrift, og uttrykker bekymring for at teknologi erstatter menneskelig kompetanse • Går imidlertid på relativt mange konserter (nivå 2-nivå 3, som tilsvarer rundt 1-2 eller 3-5 ganger per år), selv om de føler at konserttilbudet ikke er veldig interessant, og at de ikke verdsetter effekter eller de sosiale aspektene ved konserter veldig høyt • Relativt lav betalingsvilje (nivå 1) og holdning til hologramkonserter. Er clusteret som eksplisitt er minst villige til å gå på hologramkonserter <ul style="list-style-type: none"> • Høyest interesse for teknologi, musikk og hologramkonserter av alle cluster • Høyest betalingsvilje og holdning til hologramkonserter av alle cluster, til tross for negative assosiasjoner og oppfatninger av hologramkonserter <ul style="list-style-type: none"> • Lavest interesse for teknologi, musikk og hologramkonserter av alle cluster • Går imidlertid på relativt mange konserter i forhold til musikkinteressen (nivå 2-nivå 3, som tilsvarer rundt 1-2 eller 3-5 ganger per år) • Lavest betalingsvilje og holdning til hologramkonserter av alle cluster.
<p>ALLE</p>	<p>3,1-3,3 2,5-2,8 2,5-2,6 3,4-3,6 3,4-3,9 3,1-3,5 3,5-4,0 3,2-3,5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Q16: Konsert: Oftere - Høye billettpriser • Q16: Konsert: Oftere - Sjeldent interessante • Q16: Konsert: Oftere - Andre kulturtilbud • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Artisten sitt navn/merkevare • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Stemningen • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Effekter • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Interaksjon • Q17: Konsert: Viktige faktorer - Type konsertlokale

6.0 Transkribering

Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent A

Generell del og småprat:

- Kjønn
- **Mann**
- Alder
- **23 år**
- Bosted
- **Oslo**
- Utdanning
- **Student, bachelor i medievitenskap og musikkvitenskap (uio)**
- Arbeidssituasjon
- **Student og frilanser i musikk (gitarist, spillejobber for ulike artister, band og tourmanagement)**

Preferanse - Teknologi og innovasjon (Uavhengig variabel)

- Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen teknologi og innovasjon? (Skala fra 1-5, hvor 5 = svært oppdatert)
5
- Hvordan anvender du teknologi i hverdagen?
I jobbsammenheng så bruker jeg diverse apparater for å spille av, ta opp eller manipulere lyd (mac med ableton, logic eller pro tools). På fritiden er det som oftest mobil og hodetelefoner.
- Hvor ofte kjøper du teknologiske produkter/tjenester?
1 gang i måneden
 - Hvis sjeldent: Hvorfor?
 - Hvilke typer teknologiske produkter/tjenester er dette? (Tv, programvarer, mobil osv.)
Abonnementer på diverse streaming tjenester, plug-ins (programmer som fungerer som verktøy i lydmanupulerings program).
 - Foretrekker du å kjøpe den nyeste modellen? (JA/NEI)
ja
 - Hvorfor / hvorfor ikke?
Tenker at produsenten av produktet har valgt å oppdatere produktet av en grunn.
 - Dersom produktet du har fra før av fungerer som det skal, opplever du behov for å kjøpe deg et nytt produkt?
nei
 - Når du først har kjøpt deg et nytt teknologisk produkt - hvor mye tid bruker du på å lære deg å anvende produktet? (lærer raskt, sakte)
Som regel bruker jeg kort tid på å lære meg bruke det nye produktet.
 - Kommer andre personer til deg for å få råd når det gjelder ny teknologi? (JA/NEI)
ja
 - Hvorfor tror du at det er slik?
Andre personer føler vel at jeg har god kompetanse innenfor det feltet.
- Når det gjelder å utføre en oppgave - synes du at en maskin er mer pålitelig til å utføre denne, enn et menneske? (JA/NEI)
både ja og nei, det spørs
- Hvorfor synes du dette?
Noen oppgaver er vel mer avhengig av kommunikasjon mellom personer hvor det ville vært vanskelig

å bytte ut en part med en robot (feks at live så spiller man med andre instrumenter på tracks), mens i andre sammenhenger er det omvendt.

- Flere og flere arbeidsplasser blir nå automatisert (Gi eksempler). Hva er dine tanker om dette, og hvordan tror du dette vil påvirke deg?
- **Hvis automatiseringen fører til at en bedrift eller bransje blir mer "effektiv" kan det være positivt.**
- Problemet kan være at det tar plassen til noen andre, og at disse sitter igjen uten jobb.

Bransjekunnskap:

- Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen musikk og musikkbransjen? (*skala fra 1-5, hvor 5 = svært oppdatert*)
- **4, en god 4-er.**
prøver å få meg nye oppdateringer, informasjon, teknologiske oppdateringer, eller generelt endringer i hvordan infrastrukturen er i musikkbransjen

Preferanse - Musikk/konsert (Uavhengig variabel)

- Hvilken musikkjanger foretrekker du?
pop, rock og hiphop
- Hvordan foretrekker du å konsumere/høre på musikk? (*Fysisk, digitalt, lineært, live*)
både å sitte hjemme å høre på en plate på spotify, men også dra på konsert og nyte konserter live. (Streaming og live)
- **Hører på noe lineært men ikke mye.**
- **Hører på noe fysisk hjemme hos foreldrene mine**
- Hvor ofte går du på konsert i løpet av året?
det er mange ganger, tipper jeg får med meg 100 konserter i løpet av året.
- **Ikke inkludert de jeg spiller på**
- Hvilke typer konserter er dette? (*f.eks festival, stadiumkonsert, klubbkonserter,jams..*)
for det meste festivaler og klubbkonserter, noe arena og klubb.
- Hadde du ønsket å gå på konserter oftere enn det du gjør?
hmm, nei, heheh
- Hvorfor/Hvorfor ikke?
føler jeg får med meg mye allerede
- Hvilke kriterier setter du når du velger hvilken konsert du vil dra på?
hvis det er en konsert jeg selv skal dra på er det interesse for selve artisten, eller musikken. trenger ikke nødvendigvis å være en artist jeg hører mye på, men må være en artist jeg synes er interessant og har lyst til å sjekke ut.
- Hvilke faktorer vektlegger du under konserten? (*lyd, lys, formidling etc.*)
lyd er en stor faktor, hvis det er dårlig lyd kan det være ubehagelig å være publikum (sterk lyd, mye bass, gromsete lyd)
Det visuelle har også blitt en større del av hvordan konserter blir utviklet nå om dagen, men det er ikke et "must".
- **Og generelt miljø rundt konserten (mye snakking, trøbbel, action rundt) kan være forstyrrende.**
- Hvor stor rolle spiller artistens navn, når du velger konsert?
kommer helt an på hva slags type konsert jeg skal på, og jeg må betale over 600kr spiller artisten en stor rolle. hvis det er en up and coming artist som skal spille på klubb i oslo er det nødvendigvis ikke navnet, men interessen rundt artisten.
- Hvor viktig er det for deg å gå på konserter? (*skala 1-5, hvor 5 = svært viktig*)
kanskje en 4'er her også.
- Hvorfor?
det er viktig å kunne dra på festivaler og bransjefestivaler. Gøy å sjekke ut artister man kanskje ikke hadde sjekket ut på egenhånd. Dette er en fin mulighet å få oppdaget dem, fremfor å måtte kjøpe billetter til hver konsert med hver artist.
- **Jeg er veldig glad i å oppdage nye artister.**

Kjennskap - Erfaring og meninger om hologramkonserter (*Uavhengig variabel*)

- Har du hørt om hologramkonserter? (JA/NEI)
ja
- Dersom JA: Har du eksempler på slike konserter?
hmm, den første er ven tupack på Chachelle med snoop dog, det er vel en stund siden men er den første jeg har hørt om
- Har du noen tidligere erfaringer med hologramkonserter, eller kjenner noen som har det?
nei, ikke noe særlig, bare gjennom nettet.
- Dersom JA: kan du utdype dette?

I. Holdning (*Avhengig variabel*)***Trekomponentmodellen******Kognitiv***

- Hva tenker du når du hører ordet “hologramkonsert”?
første jeg tenker er en person som er død, og som nå prosjekteres på en scene gjennom teknologi, ja gjennom et hologram. som regel tenker jeg på den japanske artisten hatsune miku som er en virtuell artist som er “ekte” men hvis konserten er ekte, men artisten er hologram. Man vil miste den personlige relasjonen mellom artist og publikum
- Hvordan ville du beskrevet en hologramkonsert? (*hva tror du foregår på en slik konsert*)
****det over****
- Hva vet du om denne typen konserter?
at... hmm ikke så mye mer enn akkurat det jeg sa.
- Hva er din formening om konserter som bruker hologram av artister som verktøy/virkemiddel?
Spørs hva meningen med det er, eller hvordan det presenteres. Det kan fort høres ut som.. emh, falsk og “forced” fordi dette blir mer en type form for hvordan de rundt artisten (familie og venner) skal tjene penger på den virksomheten, fremfor å hedre en død artist. men som i japan blir det mer en underholdene greie. –
- Hvilke artister, som ikke lenger er i live, ville du ha sett live på konsert?
konsert eller hologram? tupack hadde vært kult å kunne se, annet hadde jo vært rocke-legenden Kurt Cobain og det hadde vært kult å se Led Zepplin med original trommmis.
- Hvorfor?
det er store artister og spesielt de to siste er noen jeg har vært fan av lenge og de avsluttet sine karrierer lenge før jeg ble født, så ja...
- Whitney Houston skulle nå i mars “spille” konsert på Folketeatret, ved hjelp av hologramteknologi. Billettprisen for en slik konsert var 485,-.
- Hva tenker du om denne billettprisen? (Dyrt, billig)
det er.... hvis whitney houston hadde spilt egen konsert her i oslo, altså om hun ikke hadde vært død hadde jo prisen vært mye høyere. tror jeg hvertfall. spesielt når det er på folketeatret. men nå som det er hologram synes jeg prisen er grei. det er en stor produksjon og mange som er med på å lage denne konserten. men siden jeg i utgangspunktet er kritisk til denne type konserter så synes jeg kanskje dette er litt unødvendig hele greia
- Ville du ha dratt på denne konserten?
nei
- hvorfor?
- Jeg føler det er... jeg føler at annet enn at det er et live band, så føler jeg det er det samme som å oppleve denne konserten på en skjerm hjemme, nå har jeg aldri opplevd disse konsertene, men jeg kan tenke meg at det ikke skal så mye til å se at det er et hologram og ikke et menneske.
hvis du sitter langt foran vil du jo miste det menneskelige.

Affektiv

- Hva assosierer du med konserter?
ehh, konserter så er det som regel live musikk jeg tenker på. live musikk... gjerne... med høy desibell, gjerne høyere enn du ville hørt på hjemme.. ja egentlig bare det
- Hva føler du at konsekvensen av slike hologramkonserter kan være? (*positive og negative*)
- **det positive er jo at flere og flere kan oppleve den artisten som er død, men på samme tid vil du jo ikke oppleve den faktiske artisten. det er jo et produkt. selv om en artist også ofte er produkter, så blir jo dette annerledes når hele poenget bak en slik konsert er noe annet.**
- Føler du at dette er etisk riktig ovenfor artistene som "blir" hologrammer? (JA/NEI)
nei
- Hvordan føler du da om at avdøde artister blir "foreviggjort" gjennom bruk av hologramkonserter?
- **nei det er jo litt det jeg har pratet om allerede, jeg føler jo at det er... ja, for oss publikummere så får vi en følelse om at familien eller de andre rundt den avdøde artisten er gira på å få mer penger.**
- Hvordan føler du at etikk spiller en rolle i hologramkonserter med avdøde artister?
Siden disse artistene er døde og kan dermed ikke være med på å påvirke valget om man skal sette opp en slik konsert eller ei, føler jeg at artistens familie har et stort ansvar for å komme til en konklusjon om dette er etisk riktig eller ikke.
- For deg som publikum - føler du at det er etisk riktig å arrangere slike konserter? (JA/NEI)
- **Nei**

Konativ

- Hva får deg til å ville dra på en konsert? (*f.eks sosialt aspekt, line-up, oppdage ny musikk, etc.*)
- **En god vennegjeng er jo alltid en god nok grunn til å dra på konsert. hvis det er en artist som er interessant hadde det vært kult å sjekke det ut**
- Har du planer om å dra på en konsert i nærmeste fremtid?
Ikke som jeg kommer på. eehh nei ikke i nærmeste fremtid, blir til sommeren i såfall
- Hvilken konsert er dette, og hvor spilles den?
kråkesølv, et band jeg er veldig glad i. konserten spilles der jeg spiller meg mitt eget band og da får jeg mulighet til å se de også, dette er på fresvik.
- Hvorfor har du valgt å dra på denne konserten?

II. Holdning (Avhengig variabel)**Theory of Reasoned Action****Holdning til atferden**

- Hva oppnår du når du går på konsert? (*f.eks kulturell-, sosial verdi*)
som regel et lite, hva kan man si? adrenalinkick? en glede ved konserten hvis det er en bra konsert som jeg har opplevd som bra! eller så kan man jo oppleve misnøye og følelsen av å være skuffet hvis man hadde store forventninger
- Hva tenker du at du oppnår når du går på hologramkonsert? (*f.eks kulturell-, sosial verdi*)
- Ville du oppnå det samme når du går på en hologramkonsert ?
kanskje.... det kan hende jeg hadde opplevd en åpenbaring, siden jeg er så skeptisk fra før av, men regner med at jeg sitter med samme følelse og føler på at det blir fake

Subjektiv norm

- Hva tror du andre (*venner og familie*)* synes om å dra på en hologramkonsert?
kan hende noen synes det er veldig spennende, hvertfall familie som har fått oppleve, la oss si whitney houston, sett henne live før og får sjansen til å oppleve henne på nytt.
- Hva tror du andre (*venner og familie*)* synes om at du drar på en hologramkonsert?
vet ikke, tror kanskje noen vil synes det er unødvendig
- Dine venner/familie synes det er uetisk at du planlegger å gå på en hologramkonsert, i hvilken grad lar du deg påvirke av dette? - Hvorfor?
det er egentlig ikke såååå... emh... det er ikke så farlig egentlig. jeg har jo allerede en ganske sterk mening rundt dette, så skal litt til for at andre skal påvirke det
- Hvilke tanker gjør du deg da de rundt deg ønsker å dra på hologramkonserter?
- **nei de får da gjøre det hvis de vil, deres valg vil ikke påvirke meg.**

Konkurrenter/Substitutt (*Uavhengig variabel*)

- Av det du vet nå - hvordan synes du hologramkonserter virker i forhold til andre konserttilbud?
- **Per nå så er det ikke så mange hologramkonserter som blir satt opp i Norge, så sånn sett er det jo et bredere og større konserttilbud i Norge, også har det jo litt å si hvilke artister som blir satt opp. Men ja, nei jeg tenker ikke så mye over det egentlig.**
- Hva skal til for at du velger å dra på en hologramkonsert, fremfor andre konserttilbud?(er det snakk om samme dag? generelt? - spesifiser)
(*må de sette ned prisen, få større utvalg av artister, flere konsertvenues osv..?*)*
utvalg og pris, hvis hologramkonserten er billigere og virker mer interessant så kan det være interessant å stikke på konserten og sjekke ut hologramkonsert.

Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent B**Generell del og småprat**

- Først vil jeg bare ta sånne generelle ting om deg. Eh, skal vi se. Hvor gammel er du?
- **Jente på 22.**
- Bosted
- **Nydalen, Studentbolig**
- Og hvilken utdanning er det du tar?
- **Jeg studerer bachelor i Creative Industries Management på BI, og etter det skal jeg ta en master i Strategic Marketing, også på BI.**
- Og hva er arbeidssituasjonen din akkurat nå?
- **Jeg jobber deltid på ODEON Storo**

Preferanse - Teknologi og innovasjon (*Uavhengig variabel*)

- Hvor oppdatert anser du deg selv å være på nyheter/trender innen teknologi og innovasjon? (Skala fra 1-5, hvor 5 = svært oppdatert)
- **3 – oppdatert**
- Hvordan anvender du teknologi i hverdagen?
- **Anvender teknologi til det mest jeg gjør, bruker telefon og pc mye og generelt mye både privat og på jobb.**
- Hvor ofte kjøper du teknologiske produkter/tjenester?
a) *Hvis sjeldent: Hvorfor?*
b) *Hvilke typer teknologiske produkter/tjenester er dette? (Tv, Adobe, mac, mobil osv.)*

Kjøper nye produkter et par ganger i året, da dette er noe jeg liker å være oppdatert på. I dette inngår hovedsakelig ny telefon eller kamerautstyr.

- Foretrekker du å kjøpe den nyeste modellen? (JA/NEI)
a) *Hvorfor / hvorfor ikke?*
b) *Dersom produktet du har fra før av fungerer som det skal, opplever du behov for å kjøpe deg et nytt produkt?*

Ja. Jeg trenger ikke alltid kjøpe den nyeste modellen, men jeg liker å oppdatere produktene relativt ofte.

- Når du først har kjøpt deg et nytt teknologisk produkt - hvor mye tid bruker du på å lære deg å anvende produktet? (lærer raskt, sakte)
- **Jeg lærer raskt den nye teknologien og liker å sette meg inn i det.**
- Kommer andre personer til deg for å få råd når det gjelder ny teknologi? (JA/NEI)
a) *Hvorfor tror du at det er slik?*
Ja, men stort sett familie.
- Når det gjelder å utføre en oppgave - synes du at en maskin er mer pålitelig til å utføre denne, enn et menneske? (JA/NEI)
a) *Hvorfor synes du dette?*
Ja. Men det spørs veldig på hva slags oppgave – er oppgaven knyttet til noe følelsesladet, er svaret nei.
- Flere og flere arbeidsplasser blir nå automatisert. Hva er dine tanker om dette, og hvordan tror du dette vil påvirke deg?
- **Dette kan påvirke meg ved at flere kasser i matbutikker blir til selvbetjeningskasser, og det blir derav mindre behov for menneskelige kasserere. Likevel trengs det fortsatt mennesker til å betjene disse, så jeg tror ikke jeg vil bli påvirket i alt for stor grad.**

HOLOGRAMKONSERTER

- Føler du at det å produsere hologramkonserter er etisk riktig ovenfor artistene som “blir” hologrammet? (JA/NEI)
a) *Hvordan føler du da om at avdøde artister blir “foreviggjort” gjennom bruk av hologramkonserter?*
Ja. Jeg synes det virker som en fin måte å holde liv i musikken deres som andre kan ha stor glede av. Poenget er jo at flere skal få oppleve musikken selv etter artistens død, og jeg ser ikke et problem med det.
Hvordan føler du at etikk spiller en rolle i hologramkonserter med avdøde artister?
a) *For deg som publikum - føler du at det er etisk riktig å arrangere slike konserter? (JA/NEI)*
Ja. Jeg synes det er etisk riktig. Evt. går det an at en artist samtykker at dette vil bli gjort etter deres død. Utenom det ser jeg ikke noen store problemer med at publikum får lov til å nyte deres musikk og holde livet i deres musikk selv etter deres død.

Bransjekunnskap:

- Ehm, hvor oppdatert ser du på deg selv når det kommer til nyheter og trender innen musikk og musikkbransjen generelt? Der du har en skala fra 1-6?
- **Nå har jeg hatt Musikkbransjen som fag dette semesteret på BI, så da har jo dette selvfølgelig økt min kunnskap på akkurat det området. Men sånn til vanlig så vil jeg kanskje si, ja, 4. For jeg hører mye på musikk – og følger mye med på music Friday på Spotify og sånn, men jeg ikke med på musikknyheter på den måten. Så nå ville jeg kanskje sagt sånn 4-5, men sånn til vanlig: 4.**

Preferanse - Musikk/konsert (Uavhengig variabel)

- Hvilken musikkjanger er det du foretrekker?
- **Det er pop – altså 100%**
- Listepop typ?
- **Jaja, tenk top 100 på Spotify – der har du meg.**
- Hvordan er det du egentlig foretrekker du å konsumere, eller hvordan hører du på musikk til vanlig?
- **Jeg hører veldig mye på musikk faktisk, men jeg bruker bare Spotify og hører på ørepropper. Jeg hører også litt på radio, men mest via Spotify da. Litt YouTube.**
- Hvor ofte går du på konserter i løpet av året?
- **Det er veldig sjeldent, kanskje sånn en gang i året. Vist det for eksempel er en kjent artist jeg liker som kommer til Oslo, så drar jeg jo dit. Men ja, en gang i året**

- Men hvilke typer konserter er det på en måte? Vist du tar med festivaler, stadionkonserter, klubbkonserter ?
- **Det er jo sånn Telenor Arena, sånne store stadioner. Det er vel egentlig det.**
- Eh, hadde du ønsket å gå på konserter oftere enn det du gjør no?
- **Ja, kunne jo egentlig det...**
- Hmm, hvorfor eller hvorfor ikke?
- **Eh, ja, godt spørsmål. Jeg syns jo det er gøy, men jeg går jo mest etter vist det er en kjent artist som jeg får med meg at skal ha konsert, som jeg liker å høre på – og jeg føler det er et lite krav om at jeg kan sangene da fra før – og kanskje at det er noen som vil dra sammen med meg også.**
- Ja, for dette kommer egentlig litt inn på mitt neste spørsmål – altså hvilke kriterier du setter du når du velger hvilken konsert du skal på?
- **Det er vel selvfølgelig pris er jo relevant. Men det må jo da være en artist jeg liker, og kjenner til og kan noen av sangene, og at flere jeg kjenner har lyst å være med. Og at det er innen geografisk...at jeg ikke trenger å reise så langt da. Jeg hadde jo ikke dratt til Bodø for å dra på en konsert – så interessert er jeg ikke.**
- Nei, skjønner. Men når du er på selve konserten er det noen spesielle ting du helst legger merke til.. det kan være om du setter pris på at det er kult lysshow, elelr at artistene har god formidling, at det er mye som skjer på scenen med dansere osv – eller at det er kun artisten i seg selv... At du syns det er noen ting en konsert burde ha?
- **Hmm.. jeg setter veldig pris på når artisten snakker til publikum på en måte, mellom sangene - og da kanskje ja, viser interesse for det publikummet man er hos. For når en amerikansk artist har konsert i Norge, at de snakker litt om Norge.. jeg evt ikke jeg – noe som føles litt mer personlig da. Og det er jo selvfølgelig alltid gøy med effekter og dansing og sånn. Men jeg føler det viktigste er jo at du føler at artisten bare er tilstede og brenner for det de gjør da – og har lyst å formidle musikken sin til de som er der.**
- Vi var litt inne på det i sta, men hvor stor rolle er det artisten sitt navn har når du skal velge en konsert?
- **Det er alfa omega liksom, mhm. Det er det for min del i alle fall. Men det kan jo hende at jeg har noen venner som har lyst å dra på en konsert og spør om jeg vil være med, så kan det jo hende at jeg blir med selv om jeg ikke nødvendigvis kjenner til artisten, og alle sanger og så videre. Men det er viktig det liksom. Vist jeg skal velge å dra på en konsert, så er det fordi jeg vil dra på den for å se artisten.**
- Så med alt dette tatt i betraktning, og at du går kanskje en eller to ganger i året – hvor viktig er det for deg å faktisk gå på konserter? Gjerne fra 1-6. Altså, syns du at det gir deg noe eller?
- **Ja, altså det gir meg jo noe. Men det er ikke sånn at jeg hadde følt en mangel i hverdagen heller, om jeg ikke hadde gjort det. Fordi jeg drar såpass sjelden på konserter. Men hva var spørsmålet?**
- Altså om du skulle sagt hvor viktig det var for deg å dra på konsert?
- **Sånn 2, 3 liksom. Ja, rundt der.**

Kjennskap - Erfaring og meninger om hologramkonserter (*Uavhengig variabel*)

- Men har du hørt om hologramkonsert?
- **Ja, det har jeg hørt om. Men det er bare fordi jeg har hatt musikkbransjen..**
- Ja, har du noen eksempler på slike konserter?
- **Var det ikke snakk om at Whitney Houston hadde hatt en sånn en? Men jeg har ikke hørt om noe annet egentlig.**
- Nei, ikke sant. Men hva er det du ser for deg skjer på en sånn konsert?
- **Jeg ser for meg liksom futuristiske scener der hvor liksom hun beveger seg som at det er henne som person, men at det bare er med masse lys og – eh, hvordan skal jeg forklare det, en slags sånn neon, nei.. altså det er lys, slik at når du står i publikum så ser det ut som personen, men det bare sånn prosjektor som lager figuren eller personen da. Som at det er filmet fra før. Litt sånn som du ser på sånne filmer, når det kommer et hologram opp fra telefonen. Litt sånn futuristisk da..**
- Kjenner du noen som har vært på en slik konsert før? Eller vet om noen?
- **Nei.. ikke egentlig**
- Nei, det er jo fortsatt ganske nytt.

I. Holdning (Avhengig variabel)

Trekomponentmodellen

Kognitiv

- Men hva er det du tenker du når du egentlig hører ordet “hologramkonserter”?
- **Da ser jeg for meg en vanlig konsert, bare istedet for at det er ekte personer, så er det hologram da – sånn skjermbilder som går på scenen. Men jeg ser ikke for meg en TV liksom, men jeg ser for meg at de går fysisk på scenen, bare gjennom et hologram da.**
- Hva er det egentlig du, i forhold til vanlige konserter, hva er din formening om slike konserter som bruker hologram som et verktøy eller virkemiddel – i stedet for å ha en live artist.
- **Nå har ikke jeg vært på en slik konsert, så det er vanskelig å si, men at man kanskje mister litt den personlige relasjonen til artisten da, eh, versus om det hadde vært en ekte artist – at artisten fysisk står der. At det kanskje ikke føles like personlig da. Så jeg vet ikke om det kanskje hadde påvirket den følelsen du har etterpå da. For det er noe med den følelsen av å faktisk se den artisten som du virkelig elsker. For eksempel husker jeg at jeg var på Sam Smith konsert, for et år siden eller no – og da var den følelsen av at han stod såpass nærme meg da, og vite at det er han in real flesh liksom. Det er jo en helt egen følelse som den ville kanskje forsvinne da litte grann, eller en del.. når det faktisk ikke er fysisk dem som står der. Så den biten da, vil jo kanskje forsvinne.**
- Som eg var inne på i sta, når vi snakket om Whitney Houston, og hun skal jo spille på Folketeatret no i mars faktisk, som et hologram. Her er billettprisene 485,-, altså ca 500 kroner. Hva synes du om denne billettprisen, for en sånn hologramkonsert?
- **Hvor mange plasser er det der?**
- Litt usikker, det ca kapasitet på rundt 1000 vil jeg tro..
- **Altså som student da, som om jeg skal ta det i forhold til meg, så vet jeg ikke om jeg hadde betalt den prisen. Men nå er ikke jeg veldig stor fan av Whitney Houston heller. Hadde det vært Shawn Mendez, så kan det hende at jeg hadde vært mer villig til å betale det liksom. Men det blir jo gjerne viktigheten igjen av navnet på artisten – det er for min del ganske viktig. Men det spørres jo hvor mye penger som blir brukt til andre ting. Nå ser jeg for meg at det bare er sånn skjerm. Jeg vet ikke om det er liksom mange utgifter i forhold til at lys og lyd og bilde og slike andre ting på scenen.. jeg vet ikke hvor mye ekstra det er liksom. Da vil jo selvfølgelig prisen øke på grunn av mye mer utgifter. Men vist det bare går til leie av lokale og den skjermgreia, så vet jeg ikke om 500 per person er verdt det.**
- Hvilke artister, som ikke lenger er i live, ville du ha sett live på konsert?
- **Michael Jackson!**
- Åh, hvorfor akkurat han?
- **Fordi jeg har jo alltid likt musikken hans. Jeg kan ikke si at jeg har vokst opp med musikken hans, slik som mamma har gjort. Men jeg har hørt mye på musikken hans, og jeg synes det var trist når han døde. Så den konserten hadde jeg nok gått på – ovenfor Whitney Houston som jeg ikke har det samme forholdet til. Han døde jo også rett før han skulle slippe sitt siste album – this is it-albumet kom jo ut etter at han døde. Så ja, det hadde jeg satt pris på.**

Affektiv

- Dersom vi går inn på konserter, på et mer følelsesmessig nivå – hva er det du egentlig assosierer med en konsert?
- **Ja, mye folk, god stemning, mye lyd og lys, og musikk. Venner, det blir jo en helaften. Bare glede og moro liksom.**
- Men hva slags følelser dukker opp hos deg når vi snakker om hologramkonserter, slik som vi har gjort nå?
- **Det er ganske nøytralt kanskje. Det eneste er det med at man kan ikke få noen personlig relasjon, med artistene som ikke lever. Altså om de hadde ordnet noe med Michael Jackson sant, så vekker jo det positive følelser liksom. Det høres jo veldig bra ut, og de fortsetter jo å vise frem musikken hans selv om han har gått bort.**
- Hva føler du at konsekvensen av sånne typer hologramkonserter kan være?
- **Jo, det hadde jo vært økt oppmerksomhet selvfølgelig. Og det kan jo hende at noen hadde reagert negativt på det også. Folk reagerer jo alltid på nye teknologier, og sånne ting som.. for selv om de har gått bort, har jo ikke de noen måte å bestemme hvordan det skal gjøres, eller hvordan musikken deres**

blir brukt og så videre. At det kan bli et moment. Men jeg tror likevel at de fleste hadde reagert positivt og tenkt at det er bra at man holder musikken deres i livet da.

- Hva er det du selv føler om at avdøde artister blir “foreviggjort” gjennom bruk av slike hologramkonserter?
- **Jeg personlig synes at det er bra. For de har jo hatt såpass stor suksess at jeg ser ikke noe negativt med å fortsette den suksessen og leve videre på det. Så om folk blir underholdt og har det gøy med musikken deres så hvorfor ikke liksom?**

Konativ

- Hva er det som egentlig får deg til å ville dra på en konsert? Det kan være sosialt aspekt, oppdage ny musikk, eller om line-upen.. hva som helst
- **Det er litt det jeg var inne på i sta, men det er jo navnet på artisten som liksom får meg til å ønske å gå på en konsert eller ikke. Men også sånne sosiale ting. Det er jo sosialt og gøy vist man er flere. Men som sagt, så lever jeg ikke for konserter.. så jeg har ikke så stor formening om det egentlig. Så.. ja.**
- Har du noen planer om å dra på en konsert i nærmeste fremtid? Eventuelt det nærmeste året?
- **Ja, jeg skal på PLEKTER da, neste torsdag.**
- Hva er PLEKTER?
- **PLEKTER er en slags dagsfestival, men det er jo en konsert også med flere artister som er arrangert av Creative Industries Management-linjen på BI da. Jeg var med å arrangere det for to år siden. Så det var gøy. Så jeg skal på det da. Det blir vel årets konsert for min del da.. haha**
- Er det noen spesiell grunn til at du har valgt akkurat denne konserten i forhold til alle de andre konsertene som går i løpet av året?
- **Det må jeg jo bare si at det er nok det sosiale aspektet ved det. I tillegg til at jeg føler en slags følelsesmessig tilknytning til det, siden jeg har vært med på å arrangere tidligere. Så det er vel egentlig det.. Her er det jo ikke artisten som gjør at jeg har valgt å dra, men det sosiale.**

II. Holdning (Avhengig variabel)

Theory of Reasoned Action

Holdning til atferden

- Vi har jo vært litt inne på det, men hva er det du tror at du oppnår ved å gå på en konsert?
- **Ja, det er jo en glede av å se artisten som man liker og som har fulgt i mange år. Det er jo en stor opplevelse av å få se dem in real life. Og en opplevelse du sitter igjen med i mange år etterpå. Det å få høre på musikken du hører mye på til vanlig, live med den artisten du elsker, er en veldig spesiell opplevelse.**
- Så absolutt. Så vist du skulle gått på en slik hologramkonsert, hva er det du tror du hadde oppnådd da?
- **Det er jo litt det samme, samtidig som det ikke blir det samme heller. Fordi de er ikke der fysisk. Det er jo mye av den fysiske personlige relasjonen du gjerne oppnår på en vanlig konsert, som du da kanskje ikke ville sittet igjen med etter en slik hologramkonsert. Men det spørres jo litt med hva som er formålet for å dra på den konserten. For om det er Michael Jackson-hologramkonsert så har ikke jeg da et formål om dra dit for å få den personlige, fysiske kontakten med Michael Jackson. Han lever jo ikke lenger. Så da ville jo det vært for å gjenoppleve den følelsen av artisten og musikken. Litt nostalgisk liksom.**

Subjektiv norm

- Ja. Hva tror du andre, altså venner og familie, synes om å dra på en hologramkonsert?
- **Det spørres jo helt hvilken artist det hadde vært, men ser for meg at mamma hadde synes det var kult om det ble satt opp en konsert med Michael Jackson. Det tror jeg hun ville vært med på. Venner, tror jeg kanskje de ville vært litt samme som meg. Det spørres jo helt hvem, og om de er musikkinteresserte..**
- Men hva tror du andre hadde synes om at *du* drar på en hologramkonsert?
- **Jeg tror de hadde syns det var spennende og nyskapende egentlig. De hadde sikkert vært interessert i å høre hvordan det var.**
- Hvor viktig er andre sin mening om hologramkonserter, for om du velger det som et alternativ eller ikke?

- **Det er helt irrelevant. Jah. Men jeg hadde ikke dratt dit alene. Så om alle jeg hadde spurt hadde sagt nei, hadde jeg nok ikke heller. Men det er jo irrelevant hva andre på en måte mener om det, vist du skjønner.**
- Ja, ikke sant. Men om dette blir en trend eller ikke er vanskelig å si. Men hva synes du om andre som kunne tenke seg å dra på hologramkonserter?
- **Jeg synes det hadde vært kult jeg. Jeg hadde nok ønsket å høre mer om hvordan det var og hvordan de opplevde det liksom.**

Konkurrenter/Substitutt (*Uavhengig variabel*)

- Så av det du vet nå og det du har fortalt - hvordan synes du hologramkonserter virker i forhold til vanlige, eller andre konserttilbud?
- **Jeg synes det virker spennende. Jeg har nok lyst til å oppleve det. Men per nå er jeg skeptisk fordi du mangler den fysiske tilstedeværelsen av artisten da. Men det gir jo en stor mulighet for avdøde artister til å liksom fortsette å leve på den suksessen da, og kanskje.. det utvider jo på en måte musikkbransjen på den måten at avdøde artister får lenger levetid, vist man kan si det på den måten. Og det er jo underholdene... Det virker spennende, men jeg er skeptisk grunnet den fysiske mangelen.**
- Men hva skal da egentlig til for at du velger å dra på en hologramkonsert, fremfor andre konserter i løpet av året?
- **Det må vel kanskje være at det er en relevant artist for min del, og da hadde jeg jo garantert betalt prisen som de hadde satt opp. Geografisk nærhet er jo også viktig her.. jeg hadde ikke dratt land og strand, for å si det sånn.**
- Hva er det lengste du har dratt for en konsert?
- **Det er Oslo liksom, ikke noe lenger tror jeg. Med mindre det hadde vært noe veldig spesielt, så hadde jeg ikke vært villig til å reise noe særlig.**
- Nå er det jo fortsatt veldig nytt i Norge, og Whitney Houston er jo den første hologramkonserten som blir satt opp i Norge. Tror du at det kommer til å slå an?
- **Jeg tror det kommer til å slå an. Det er jo litt vanskelig, for dette her er jo åpenbart ikke målgruppen 14-25, det er jo en eldre målgruppe. Det kan hende at den eldre målgruppen er litt mer skeptisk til bruk av teknologi på den måten. Sammenlignet med den yngre generasjonen. Så det er litt paradoks at det er vanskelig å se for seg. For jeg vet ikke om den eldre generasjonen kommer til å nappe på.. for jeg føler at det er den eldre generasjonen rundt mine foreldre, som har vokst opp med Whitney og Michael. Men om det kommer til å bli en suksess er vanskelig å si. Vist det gjennomføres på en bra måte så.. det er vanskelig å se for seg hvordan det kommer til å se ut da. Og om det da føles anonymt, og at publikum sitter igjen med en følelse av at det er noe som mangler. Det er vanskelig å si. Jeg tror jeg ville synes det var gøy, så jeg tror det har stort potensiale og at det kan bli veldig bra, men da er det viktig at det gjennomføres slik at det «føles» ekte. At det kan føles i nærheten av en vanlig konsert.**

Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent C

Demografiske variabler:

1. Kjønn: **Mann**
2. Alder: **30 år**
3. Bosted: **Bergen**
4. Utdanning: **Mastergrad innen Teknologi og Ledelse**
5. Arbeidssituasjon: **Fast stilling**

Preferanse - Teknologi og innovasjon (*Uavhengig variabel*)

- Hvor oppdatert anser du deg selv for å være på nyheter og trender innenfor teknologi og innovasjon? Gjerne fra 1-5, hvor 5 er svært oppdatert.
- **Jeg vil si at jeg er ganske oppdatert med forskjellige ting som skjer innenfor teknologi generelt. Så vil si kanskje 4.**
- Hvordan anvender du teknologi i hverdagen? Altså hva er det du bruker mest av, og på hvilken måte?
- **Jeg jobber jo med IT til dagen så det at jeg er ganske aktiv på ulike teknologiske plattformer. Hovedsakelig på bruk av datamaskin og på mobil.**
- Hvor ofte kjøper du teknologiske produkter eller tjenester?
- **Det er bort i mot et sted mellom ukentlig og månedlig.**
- Hvilke typer teknologiske produkter og tjenester er dette?
- **Det kan være fysiske enheter som man kan kjøpe, eventuelt så kan det være digitale tjenester som man kjøper på internett. Sånn som at man kjøper et dataspill som digitalt medie, eventuelt kan det være at jeg kjøper fysiske enheter. For eksempel en Raspberry Pie for å lage fysiske ting med datateknologi.**
- Raspberry Pie – hva er det for noe?
- **Det er en liten datamaskin som er på størrelse med et bankkort, og litt høyere enn en terning, som man kan koble på alle mulige slags fysiske enheter. Som kamera, og bruke det som en datamaskin, så lenge du har kapasitet til å lære deg koding.**
- Når du først kjøper deg type teknologiske produkt. Foretrekker du å kjøpe den nyeste modellen?
- **Ja.**
- Hvorfor det?
- **Som oftest har det da med funksjonalitet å gjøre. Det er jo selvfølgelig vist at jeg ser at, at en eldre modell har de funksjonene man er ute etter og er vesentlig billigere så er det jo lettere å velge den eldre modellen. Men som oftest er det en vurdering av funksjonalitet mellom de ulike versjonene. Og som oftest er det jo kommet nye funksjonaliteter som gjør det mer interessant å gå for den nyeste modellen.**
- Hvis du har et produkt som fungerer som det skal fra før av. Føler du et behov for å kjøpe deg et nytt et? Eller oppgradere det du allerede har?
04:45
- **Ehm, så lenge det fyller det behovet som det var ment for så er det ikke et umiddelbart behov for å skifte det ut. Det må være når jeg ser nytten ut av å skifte det.**
- Når du først har kjøpt deg et nytt teknologisk produkt - hvor lang tid bruker du på å lære deg å anvende produktet? Vil du si at du tar det lett, raskt, tar deg tid til å sette deg godt inn i det?..
- **Det vil variere veldig fra produkt til produkt. Noen produkter har en høyere terskel i forhold til kompetanse som da gjør at det tar lenger tid å lære seg å bruke det på en god måte. Men generelt sett synes jeg det er best å ta seg god tid og lære seg grunnprinsippene også tre inn i de prosjektene, eler det man skal gjøre med det produktet. Men om jeg kjøper meg en ny telefon er det ikke akkurat så mye omstilling som må til ved kjøp av dette. Da er det kanskje at man ser på de nye funksjonene. At man kan ha kredittkortet sitt på telefonen slik at man kan ha kontaktflate.. og begynne å teste ut slike type ting da.**
Kommer andre personer til deg for å få råd når det gjelder ny teknologi? 07:25
- **Ja, det er ikke uvanlig det. Med tanke på at jeg jobber som dataingeniør så tror jo veldig mange at da kan du alt som har med duppedingser å gjøre, data, telefon og alt. Så da spør dem om litt av hvert. Men jeg vet jo en del..**
- Når det gjelder å utføre en oppgave – dette kan være litt generelt - men synes du da at en maskin er mer pålitelig til å utføre denne, enn et menneske?
- **Ehm, generelt sett så vil jeg si at fortsatt så er et menneske mer pålitelig sånn sett. Det varierer jo helt. For at vist du tenker deg at du har en prosess som er veldig standardisert og som ikke må evalueres, så er en datamaskin mye bedre enn et menneske på å håndtere det. Men vist det er innhold der det krever en vurdering eller tolkning, så er ikke maskiner der helt enda. Vi har jo machine-learning og de typer prosesser som skjer nå som gjør at maskiner kan tilegne seg kunnskap, og bygge opp kompetansen. Men fortsatt så er jo det menneskelig det å tilegne seg mening og en vurdering. Det klarer ikke maskinen å gjenskape tilstrekkelig.**
- Litt inne på dette temaet, for det er jo flere og flere arbeidsplasser blir automatisert. Hva er dine tanker om dette, og hvordan tror du dette vil påvirke deg?

- **Mine tanker er at det er mer enn mulighet enn det er en trussel. For det betyr egentlig bare det at kompetanse som er.. at man løfter nivået av kompetanse som kreves av en person. Fordi at i stedet å sitte der å punche, og gjøre enkle oppgaver, så er det mer at arbeidsplassen er da til å vedlikeholde og håndtere de automatiserte prosessene. Så det at du mister en del jobber på gulvet, men det skaper en del jobber på andre siden igjen for å håndtere det her. Så det er et skifte som gjør at befolkningen som sådan jobber på et høyere nivå.**

Bransjekunnskap:

- Men bra, for å gå litt videre. Hvor oppdatert anser du deg selv, men da innenfor nyheter og trender innen musikk og musikkbransjen? Gjerne en skala fra 1-5, hvor 5 er svært oppdatert.
- **Da vil jeg si relativt lite. Type et sted mellom 2 og 3. Litt med tanke på det at jeg kjenner til trender med måten man konsumerer musikk på nett, og endringer man har gått igjennom de siste 12 årene. Men jeg er ikke akkurat.. det er ikke musikk som treffer meg nærmest, og det er ikke der jeg har fokusområdet mitt.**
- Men du hører fortsatt på musikk eller?
- **Ja, mindre nå enn før. Men jeg hører fortsatt på musikk.**
- Hvorfor tror du det er slik at du hører mindre nå enn før?
- **Det er fordi jeg hører på andre ting egentlig. Altså andre audio-produkter, som podcast og lydbøker. Det er jo en lydform, men ikke det man tenker som musikk.**

Preferanse - Musikk og konserter (Uavhengig variabel)

- Men når du først hører på musikk, hvilken musikk sjanger foretrekker du?
- **Jeg foretrekker en blanding mellom hip hop, altså populær musikk men med klare trekk av techno, trance, EDM-musikk. Klar beat, fengende rytme. Så heller mer mot de type sjanger, selv om jeg også hører på rock og blues.**
- Når du først hører på musikk, hvordan foretrekker du å høre? Altså fysisk, digitalt, live?
- **Hovedsakelig digitalt.**
- Hvor ofte går du på konsert i løpet av året?
- **Veldig sjeldent. Kanskje tre ganger i året.**
- Hvilke typer konserter er dette?
- **Det er hovedsakelig, konserter på mindre lokaler, sånn mellom 150-500 personer som lytter. Men jeg har jo opplevd å finne veien til en festival i ny og ne.**
- Hvorfor tror du at du foretrekker mindre konserter, enn de litt større?
- **Det blir en mer intim opplevelse, og du får en tettere interaksjon med artisten. Og egentlig de type artister som har de konsertene har gjerne musikk av en sjanger - i alle fall de jeg har vært på da – du får en atmosfære da. Det gir en annen atmosfære enn når du drar på en Oslo-spektrum-konsert med tusenvis av folk, og du ser en prikk på scenen, som er artisten.**
- Så du er opptatt av nærhet på scenen?
- **Ja, mhm.**
- Kunne du ønsket å gå på konserter oftere enn det du gjør?
- **Jeg har ikke et veldig stort behov for det nå. Men det er jo en del artister jeg har sansen for som jeg synes hadde vært kjekt å reise på konsert med, og oppleve dem live. Jeg har hatt noen kjempefine opplevelser, der de virkelig har tatt musikken til et nytt nivå, i forhold til det har hørt på digitalt.**
- Hvilke artister er dette?
- **Trang Fødsel var en veldig bra opplevelse. Så var jeg også på Muse. Det var en ganske stor konsert, men på Koengen her så var det fortsatt ganske intim feeling med det hele. Det har en litt annen ramme. Ikke samme volumet som om når du sitter på Nokia Theater i LA.**
- Når du først skal dra på en konsert. Hvilke kriterier setter du når du velger hvilken konsert du vil dra på?
- **At enten den artisten, eller den musikken som artisten har, fenger meg. Det må være tilgjengelig for meg. Det er ikke slik at jeg drar ut av veien for å dra på konsert. Det er ikke slik at jeg drar ned til sentral-Europa for å oppleve en konsert.**
- Hvor langt hadde du dratt for å se din favoritt artist?

- **Lengste jeg har dratt er til Oslo. Så jeg ser ikke for meg at det hadde vært greit å reist noe lenger enn det. Da måtte det vært for at jeg var der for andre årsaker.**
- Vi snakket litt om det i sta, men hvilke faktorer vektlegger du under selve konserten?
- **Atmosfære, god musikk. Altså det er jo subjektivt da, men det er jo forsåvidt greit at det ikke koster skjorta når man først skal dra på en konsert. Men ja..**
- Har du noen preferanser? Altså synes du det er kult når det er lys og lydshow, dansere, eller vil du at det skal være helt sterilt med kun artisten på scenen?
- **Eh, det kan være ganske kult med lysshow, og med sceneshow sånn sett. Det må jo stå til musikken, men jeg synes at atmosfæren er hakket mer til å ta på når en type singer-songwriter som har en sår ballade, som river litt i hjerterota da.**
- Tenker du da på atmosfæren på scenen, eller blant publikum?
- **Det er jo et samspill på en måte da. Altså det artisten lager, settes ut til publikum. Jeg hadde en konsertopplevelse som var veldig fin da. Jeg var på AHA, og hørte på crying in the rain – også er det utekonsert, og det begynner å duskregne under sangen. Det er jo veldig flaks da, men du får en veldig fin følelse med det. En nerve der.**
- Hvor stor rolle spiller artistnavnet, når du velger å dra på en konsert?
- **Det spiller en relativt stor rolle egentlig. For jeg drar ikke på konsert bare for å dra på konsert. Så enten må det være at det er en artist som jeg synes har bra musikk. Det kan også være gjennom venner som jeg vet har noen lunde samme interessene. Så jeg har jo vært på konserter på Rockefeller der jeg ikke kjente til artisten fra før av, men det var virkelig en bra opplevelse - og det er en artist som jeg har hørt mye på siden.**
- Så du er åpen for å prøve ut nye ting, selv om..
- **Ja, det er jeg. Men jeg søker det ikke aktivt selv. I alle fall ikke konsertopplevelser. Men jeg er veldig søkende lytter på digitale tjenester. Så jeg er veldig åpen for å høre på sånn som New Music Friday, sånne ting som er nytt, så jeg hører på alt mulig rart. Så da kan hende at det er en artist som fenger meg der. Og vist den artisten har en konsert i mitt nærrområde, hadde det vært sannsynlig at jeg dro på den. Men det er ikke noe jeg aktivt søker opp.**
- Sånn av alt det du har sagt nå. Hvor viktig vil du si at det er for deg å gå på konserter? Fra 1 til 5.
- **Det er 1. Jeg trenger det ikke. Det er ikke sånn at jeg går inn i et kalenderår og sier sånn at jeg må bare på en konsert...**

Kjennskap - Erfaring og meninger om hologramkonserter (*Uavhengig variabel*)

- Har du hørt om hologramkonserter?
- **Ja.**
- Ja? Har du eksempel på noen sånne?
- **Ja, jeg har jo sett de kjente konsertene med Tupac og Michael Jackson da. Så er jeg jo litt forsåvidt kjent med hvordan japanske artister bruker det da. De bruker jo både tegneserier og andre type digitale medier for mange produkter sånn sett. Så jeg har sett litt forskjellig spekter innenfor bruk av hologram da.**
- Har du noen tidligere erfaringer med hologramkonserter, eller kjenner du noen som har det?
- **Nei. Jeg har ikke vært på det selv, og jeg kjenner ingen som har vært på det. Men jeg har gjennom generell interesse for teknologi, så har jeg jo sett endel Youtube-videoer på det og hva det går ut på, og synes det ser veldig stilig ut da egentlig.**

I. Holdning (*Avhengig variabel*)

Trekomponentmodellen

Kognitiv

- Men hva er det du tenker når du hører ordet “hologramkonsert”?
- **Altså det er jo at du får en.. det er jo som du ser en musikkvideo, men at du er med i den. At du får en, nå vet jeg ikke om det norske ordet, men «imersion». Altså at du er innlemmet i opplevelsen, mer enn du hadde blitt enn å bare se en musikkvideo på TV eller på YouTube.**
- Hvordan ville du beskrevet hvordan en hologramkonsert går for seg?
- **Mmm, du har jo den artisten som da utfører et digitalt sceneshow med optiske lyssetting, slik at det ser ut som personen er der – men så er det bare lysbilde. Da er det hovedsakelig at de gjennomfører et**

typisk sceneshow som ville ha vært for en annen konsert igjen.. Det er i hvert fall sånn jeg ser det for meg, og slik det virker ut som når jeg har sett på de klippene.

- Hva er din formening om konserter som bruker hologram av artister som verktøy eller virkemiddel?
- **Jeg synes at det kan være kult det forsåvidt. Fordi at det gir deg en mulighet til å få en live-opplevelse med et band eller en artist, som kanskje ikke eksisterer nå lenger. Du kan tenke deg at, hvor kult hadde det ikke vært å stått på en konsert og sett Freddy Mercury synge «We are the champions»? Å få den opplevelsen, ikke sant. Det er jo kun dem som levde på den tiden, og som har de minnene – og selv for de som har sett ham live, og da å kunne få se det igjen og gjenoppleve det.**
- Hvilke artister, som ikke lenger er i livet da, ville du ha sett live på konsert?
- **Freddy Mercury kommer jo ganske høyt oppe her da. Elvis hadde vært en fin opplevelse. Ikke den Las Vegas-Elvis, men den tidlige hadde vært bra.**

(Med hologramteknologi, kan man jo faktisk velge tiden, altså alderen på artisten)

- Er det en grunn til at du velger akkurat disse artistene?
- **Jeg liker veldig godt musikken deres, og har lyttet mye til den musikken. Som sagt så når jeg først drar på en konsert, så vil velger jeg en som har bra musikk som jeg liker – og når man ser sånn fra gammelt av, og ser hvordan de konsertene var og, så er det igjen denne atmosfæren det er snakk om. Du hører jo snakk om fremførelsen som Queen hadde helt på slutten, den med Live Aid – at det var regnet som tidenes beste live-performance. Og nå har man fått en film, som gjenskaper det på en god måte. Men tenk om man kunne vært på en hologramkonsert, der du kunne fått oppleve det, og ta en del ut av det. Altså det kunne jo nesten vært det neste steget, med VR-konserter. At du faktisk har en del av publikum. Det er kanskje next level igjen da, mer en hologram – men at du faktisk har en «full immersive experience», uten at jeg ikke husker hva det var på norsk.**

(Gjenopplive og gjenoppleve atmosfæren)

- Whitney Houston skulle nå i mars “spille” konsert på Folketeatret, ved hjelp av hologramteknologi. Det er jo nå utsatt grunnet corona. Men her var billettprisen for en slik konsert var 485,-.
- For det første, liker du Whitney Houston?
- **Altså det er jo slik at man kan hive seg med på en del sing-alongs for å si det sånn da, men det er ikke akkurat en artist, der jeg kjenner diskografien veldig godt. Det er hitsene liksom..**
- Men sett bort ifra dette, hva synes du om at det er rundt 500,- for billetten for en slik konsert?
- **Det er litt sånn både og, fordi at jeg synes sånn umiddelbart at det føles litt mye ut for å være en konsert uten en artist sånn sett. Men så vet jeg at teknologien er ikke gratis, og at det koster å rigge det opp. Teknologien er også såpass ny og fersk at ting har ikke helt blitt hyllevarer enda. Så da blir det greit igjen da, men jeg tror nok at det er flere som ikke tenker på det viset – og tenker bare at «åh shit, det der var dyrt».**
- Ville du ha dratt på en slik konsert? La oss si at det var favorittartisten din.
- **Ja, jeg kunne ha dratt på den for den prisen, for så vidt. Spesielt nå som det er så nytt. Det er jo en opplevelse, og så kan det jo være at det ikke bærer videre. Så da å vite at det var sjansen man hadde da, for å få den opplevelsen.**

Affektiv

- Litt sånn om konserter generelt. Hva assosierer du med konserter?
- **Det er jo sånne enkeltstående opplevelser, der man har noe minneverdig som man har heftet seg på da. Men sånn generelt følelser for det, har jeg ikke – hverken negativt eller positivt. Jeg har mer forhold til enkeltopplevelsene.**
- Hva føler du at konsekvensen av slike hologramkonserter kan være? Både positive og negative.
- **Jeg tenker jo kanskje at det positive er jo at man får muligheten til å oppleve sine favorittartister der det kanskje ikke er mulig å få det lenger. Sånn som Elvis, det er ikke mulig å høre han nå fordi han døde for mange år siden. Mens noe av det negative er jo at det kan spise av den gruppen som ville ha reist på konsert med en levende artist. Fordi at man har jo ikke uendelig med ressurser og penger, så da må man jo velge hva man skal bruke pengene på – man kan jo ikke gå på uendelig med konserter heller. Så da er det sånn at, skal jeg dra på den konserten med en ung fremadgående artist som er halvveis ukjent enda eller skal jeg dra på denne 80-tallshelten som jeg har et godt forhold til gjennom mange år med god musikk. Også kan dette gjøre at man ikke får den tilveksten av nye artister, fordi de ikke får den interessen lenger.**
- Føler du at dette er etisk riktig ovenfor artistene som “blir” hologrammer?

- **Jeg tror at de fleste hadde synes at det var greit. For hvem har ikke lyst til å gå inn i evigheten? Hadde man spurt en hvilken som helt levende artist i dag; «hvordan føler du om at 50 år etter din død, at noen går og hører på en konsert av deg?». Jeg tror at det er noe de fleste artister hadde likt.**
- Hvordan føler du at etikk spiller en rolle i hologramkonserter med avdøde artister?
- **Det har jo med rettighetene å gjøre. Hvem det er som skal bære inntektene. Det er jo det som er spørsmålet her da, på hvordan pengene skal håndteres. Hvem eier musikk materialet, hvem eier teknologien, hvordan de skal splitten være? Det er mange ting å forholde seg til der. Så spør det jo helt hva den personen har testamentert da.**
- For deg som publikum da - føler du at det er etisk riktig å arrangere slike konserter?
- **Jeg ser ingen etiske utfordringer med å ha en konsert sånn sett. Men det er jo vanskelig å få et samtykke fra en person som ikke lever lenger. Så det er vel noe sånt man burde stilt seg da. Men ser du på TV i dag så er det nok av filmer der den artisten ikke lever lenger. Det er jo ikke en eneste sjel som er igjen fra «Bonanza» for eksempel. Er det noen som tenker på de etiske utfordringene med at det fortsatt sendes og går? Det er jo egentlig ikke det. Det blir jo litt det samme.**

Konativ

- Hva er det som egentlig får deg til å ville dra på en konsert? Er det sosiale aspekter, er det..
- **Jeg opplever ikke at konserter er særlig sosialt. Du står ikke gjerne og har en samtale mens konserten pågår. Da er det på en måte opplevelsen som står seg. Det sosiale er gjerne før og etter konserten.**
- Drar artisten sitt navn, deg på konsert?
- **Ja, i større grad det egentlig. For det er ikke sånn at, jeg må på konsert. Jeg tar første, beste, nærmeste som er her nå. For når det er en festival, er det ikke slik at jeg er gira på å gå på ALLE konsertene som er der, bare fordi at jeg er der. Jeg må ha litt interesse av å høre artisten synge.**
- Har du planer om å dra på en konsert i nærmeste fremtid?
- **Nei. Akkurat nå er jo alt avlyst uansett**

II. Holdning (Avhengig variabel)

Theory of Reasoned Action

Holdning til atferden

- Hva oppnår du når du går på konsert?
- **Det er vel egentlig opplevelsen, den stemningen og nerven som er på en konsert da. Det er kanskje for meg mer der mens du er i opplevelsen på en måte. Også er det av og til at det skjer noe som fester seg i minnet. Men ut over det er det den opplevelsen du har der og da.**
- Tror du at du ville oppnådd det samme ved å gå på en hologramkonsert?
- **Nei, jeg tror egentlig ikke det. Fordi at noe av det som er forskjellen mellom de ekte konsertene og hologramkonsertene blir det at du har en usikkerhet i de ekte konsertene. Ting som ikke følger manus. Ting som skjer der og da. Et eksempel på det er en konsert jeg var på tidligere, der gitarstrengen røk under konserten. Mens gitaristen fikk satt på en ny streng og stemte den til, så tok resten av bandet en ad-hoc klimprerunde med cello og noen andre instrumenter – og det ble drittkult. Det er sånn som bare kan oppstå. I alle fall sånn som jeg ser for meg med hologramkonsert, så er det regissert – og det er den pakken du får. Det er som å gå på en film bare at du er i filmen. Så sånn som de opplevelsene jeg nevnte tidligere med AHA og det med den gitaren, det er ikke helt sånn som oppstår på hologramkonserter. I så tilfelle er det regissert.**

Subjektiv norm

- Hva tror du andre, altså av dine venner og familie, synes om å dra på en hologramkonsert?
- **Det er veldig varierende. Jeg tror nok kanskje at mange vil først tenke at det ikke er det mest interessante. Jeg har jo også litt av den interessen med teknologien i det hele – at det er litt fengende i seg selv. Så jeg er ikke helt sikker på hvor klar publikum er for den typen konserter.**
- *(Gjennom å spør ulike personer kan man se deres tanker om deres egne nettverk, og hvor interessert deres venner/familie er i å gå på en hologramkonsert. Da får man et mye større spekter, siden dette er fire vidt ulike personnettverk.)*
- Hva tror du at andre hadde synes om at du drar på en hologramkonsert?
- **Det tror jeg ikke at jeg hadde tenkt på som noe negativt. Jeg tror folk flest ville hatt en positiv holdning ovenfor den typen konsert. Spørsmålet er bare hvor interessant det er for dem å dra på det selv.**

- Dine venner og familie synes det er uetisk at du planlegger å gå på en hologramkonsert, i hvilken grad lar du deg påvirke av dette? - Hvorfor?
- **Jeg ser ikke helt hvilken argumentasjon de skulle ha hatt, for det uetiske da, men jeg hadde vært veldig interessert i å høre med argumentasjonen rundt det. Jeg er nok en såpass bastant personlighet, at jeg fort hadde gjort det jeg selv synes var riktig uansett. Men jeg vil jo både respektere og høre på det venner og familie sier da, og lyttet til deres argumentasjon. Er den solid, så er det jo bare å lytte til det. Men ser ikke helt hva de skulle ha kommet med her som ikke gjør at man ikke skulle ha dratt på en slik type konsert.**
- Sånn generelt, føler du at du blir påvirket av det andre synes – i forhold til det du faktisk gjør? Det kan være å gå på en konsert. Blir det fort det alle andre vil, eller oppsøker du det selv, og da eventuelt får med folk?
- **Jeg vil nok si at det i 3 av 5 tilfeller er jeg som oppsøker det. Mens 2 av 5 så er det gjennom andre. Ikke slik at de tvinger meg med, men mer slik at nå har du en mulighet som høres interessant ut, så jeg er med.**

Konkurrenter/Substitutt (*Uavhengig variabel*)

- Av det du vet nå - hvordan synes du hologramkonserter virker i forhold til andre konserttilbud?
- **Jeg synes jo det virker interessant. Men det har jo det aspektet ved seg at det blir veldig regissert og det er den opplevelsen det er. Jeg kunne gjerne tenkt meg å teste det ut, men tviler på at det blir min «go-to»-konsertopplevelse.**
- Hva skal til for at du velger å dra på en hologramkonsert, fremfor andre konserttilbud - generelt?
- **Jeg tenker jo kanskje at det i seg selv står på artisten. Pengene betaler man for det man opplever. Så det er en større påvirkningsfaktor hvem det er som man opplever, mer enn hva det koster. Men selvfølgelig, man betaler jo ikke hva som helst.**
- Så når du skal gå på en hologramkonsert, tenkelig sett. Hva tror du at du ville ha savnet? Eller satt pris på i forhold til vanlige konserter?
- **Det kan jeg ikke helt svare på, siden jeg ikke har vært på en. Jeg tenker mer at her har man en ny måte man kan konsumere livemusikk på som er interessant. Så får man jo se, etter man har prøvd det, om det svarer til det man har som behov eller om det ikke strekker til.**

Avslutning

- Da var vi egentlig gjennom. Er det noe mer du vil legge til?
- **Ja, eller det eneste jeg vil nevne i forhold til det å ha interesse å dra på den konserten – så er mellom det med selve artisten og det man betaler for konserten – så er det minst like viktig med gjennomføringen av konserten. At hele totalpakken av opplevelsen er bra. At den teknologien de benytter er solid. Sånn at du liksom får en god opplevelse på det da. Så det er mer viktig med kvaliteten, enn hva det koster sånn sett. Så artist øverst, så kvalitet på produksjonen neste, og prisen på tredje.**

Intervjuguide - Dybdeintervju - Publikum/Respondent D

Demografiske variabler:

1. Kjønn: **Mann**
2. Alder: **35 år**
3. Bosted: **Oslo**
4. Utdanning: **Bachelor i Fine Arts**
5. Arbeidssituasjon: **Selvstendig næringsdrivende**

Preferanse - Teknologi og innovasjon (*Uavhengig variabel*)

- Hvor oppdatert anser du deg selv for å være på nyheter og trender innenfor teknologi og innovasjon? Gjerne fra 1-5, hvor 5 er svært oppdatert.
- **3?**
- Hvordan anvender du teknologi i hverdagen? Altså hva er det du bruker mest av, og på hvilken måte?

- **Telefon, data, Photoshop, for bildebehandling. Internett. Forskjellige apper: Instagram. Bittelitegrann Facebook, kanskje. Masse podcasts! Enormt mye podcasts.**
- Hvor ofte kjøper du teknologiske produkter eller tjenester?
- **Nei, ikke veldig ofte. [...] det går gjerne tre, fire. Fire år mellom store innkjøpen.**
- Hvilke typer teknologiske produkter og tjenester kjøper du som regel?
- **Jeg kjøper jo en del gjennom Playstation 4. Spill, film. Ja, jag vet ikke om det teller abonnemang på TV-kanaler og sånne ting. Da har jeg en del sportsabonnement og sånt da.**
- Når du først kjøper deg type teknologiske produkt. Foretrekker du å kjøpe den nyeste modellen?
- **Ja, det kommer lite ann på. Ikke hvis jeg synes at det finnes noe som er bra nok. Som er en lite gamlare modell, men som fungerer for meg, så kan jeg like gjerne kjøpe den.**
- Hvorfor det?
- **Men det har ju littegrann med at... Eh... Med konsumeringen og sånt at gjøre og. At man ikke må ha det nyeste hele tiden, for det er ikke holdbart.**
- Hvis du har et produkt som fungerer som det skal fra før av. Føler du et behov for å kjøpe deg et nytt et? Eller oppgradere det du allerede har?
- **Nei, ikke hvis det ikke er noe sånn som er kritisk med noen programvare eller noe som ikke går lenger. Så beholder jeg produktet til det..**
- Når du først har kjøpt deg et nytt teknologisk produkt - hvor lang tid bruker du på å lære deg å anvende produktet? Vil du si at du tar det lett, raskt, tar deg tid til å sette deg godt inn i det?..
- **Det tar litt tid, ja.**
- Kommer andre personer til deg for å få råd når det gjelder ny teknologi?
- **Nei. For jeg er ikke kjempeopptatt av det, tror jeg.**
- Når det gjelder å utføre en oppgave, synes du da at en maskin er mer pålitelig til å utføre denne, enn et menneske?
- **Hmm... Vanskelig spørsmål. Altså, jeg vet ikke om maskinene har kommet helt dit. For øyeblikket gjør de jo bare ting vi har sagt at de skal gjøre. Så, det er fortsatt menneskene som gjør alt.**
- Flere og flere arbeidsplasser blir jo automatisert. Hva er dine tanker om dette, og hvordan tror du dette vil påvirke deg?
- **Ja, da liker jeg dem der maskinene [ved service og betaling]. Men det har mer med det sosiale at gjøre. At man bare kan få være i fred, når man gjør det. Og at det tar unna køen, og sånne type ting. Ja, det er ju tidsbesparande på en måte. [Men] jeg liker jo ikke tanken på att folk ska miste jobben.**

Bransjekunnskap:

- Hvor oppdatert anser du deg selv, men da innenfor nyheter og trender innen musikk og musikkbransjen? Gjerne en skala fra 1-5, hvor 5 er svært oppdatert.
- **2!**

Preferanse - Musikk og konserter (*Uavhengig variabel*)

- Men når du først hører på musikk, hvilken musikk sjanger foretrekker du?
- **Åh... Veldig variert. Det kan være rock, electronica, opera. Også populærmusikk, pop.**
- Når du først hører på musikk, hvordan foretrekker du å høre? Altså fysisk, digitalt, live?
- **En god del gjennom Spotify. Det er kanskje mest gjennom Spotify. Mer radio før, ikke så mye radio nå. Det kan variere. [Ved] arbeidssituasjon kan sånn type radio være greit... Siden man ikke velger selv. Eh... Liker idéen om å ha vinyl hjem. Men kanskje hvis jeg hadde en bedre spiller, eller en sånn type ting, så... Eller hadde en LP-spiller, så hadde jeg sikkert hatt en del ting, for da hører man virkelig igjennom produktet. Men sånn, på en dag-til-dag-basis så er det vel... Så konsumeres det vel mest gjennom streaming. Type Spotify eller lignende.**
- Hvor ofte går du på konsert i løpet av året?
- **Det må være maks en gang i året tror jag!**
- Hvilke typer konserter er dette?
- **Jeg tror nok... Eh... Hvis vi skal... Eller jeg har vært på noen festivaler oppigjennom, men sånn siste årene så har det vel vært mer på noen klubb eller noe sånt. Altså ting som foregår i min nærhet da. I bylivet liksom.**
- Kunne du ønsket å gå på konserter oftere enn det du gjør?

- **Ja, kanskje oftere enn hva jeg gjør. Men det står ikke høyest på listen over, når det konkurrer med andre ting. Hvis alle rundt meg hadde vært på konsert hele tiden, så hadde nok jeg vært mer på konsert og.**
- Når du først skal dra på en konsert. Hvilke kriterier setter du når du velger hvilken konsert du vil dra på?
- **Det er musikken. Man håper ju å høre noen av de sangene man liker og sånn type ting. Jeg får ikke så mye ut av sånn, når det blir helt show, der alt bare går inn i en grøt liksom. Det blir så totalkuratering.**
- Hvor stor rolle spiller artistnavnet, når du velger å dra på en konsert?
- **Nei, det er egentlig musikken som betyr noe der for min del.**
- Hvor viktig vil du si at det er for deg å gå på konserter? Fra 1 til 5.
- **2! Jeg tror man må være ærlig utifra hva man faktisk gjør her! Jeg har lyst å være en 3-4, men det er jeg jo ikke, så det kan jeg jo ikke si! Jeg tror det har lite å gjøre med hvor man kommer fra. Jeg kommer ikke fra et miljø der vi liksom, identifiserte oss så voldsomt med musikk. Hadde jeg... Opp... Jeg tror nok at jeg er typen. Hvis jeg hadde vokst opp i et miljø, der vi gjorde det, så hadde jeg kommit til å vært sånn der... Eh... Da hadde jeg vært ganske hardcore på det. Fordi... Eh... Jeg ser hvordan jeg reagert på de tingene jeg vokst opp rundt, som... Og hvor, liksom, det har satt spor. Men, siden musikk ikke var det. Det var kanskje mer sport og sånne type ting, og... Så har ikke det... Så har ikke det blitt med videre på den måten. Det har liksom vært litt sånn, forskjellige sirkler oppigjennom i livet der man har tatt med seg litt fra der og litt fra her.**

Kjennskap - Erfaring og meninger om hologramkonserter (Uavhengig variabel)

- Har du hørt om hologramkonserter?
- **Ja.**
- Har du eksempel på noen sånne?
- **Eh... Ja? Whitney Houston-hologramkonsert, som ska vara i Oslo snart? Jeg har hørt snakk om ting, men jeg vet ikke om jeg husker navnen på artistene.**
- Har du noen tidligere erfaringer med hologramkonserter, eller kjenner du noen som har det?
- **Nei, det tror ikke jeg.**

I. Holdning (Avhengig variabel)

Trekomponentmodellen

Kognitiv

- Men hva er det du tenker når du hører ordet "hologramkonsert"?
- **Science fiction. Fremtidsgreier. Star Wars come true. Men også... Sikkert en del etiske ting da. Rundt en kunstner som er død, og som ikke kan på en måte... Eh... Stå for, stå for det som blir gjort frem, eller sånn type ting. Og kanskje ikke hade bestemt seg selv for at det skulle være det. Men så vet ikke jeg om... Ofte så sitter jo kunsten fast i rettighetene til et skivbolag etterpå. Så sånt sett, hvis den kunstneren ikke eier rettighetene, så kan man ju ikke si så mye på det. Men, eh... Men det kanskje er litt problematisk at eh... Men jeg vet ikke. Jeg tenker i billedkunst også, når noen dør så er det noen som får ansvaret for... boet. Og dem vil ju også prøv å... Ehm... Gjøre... Gjøre den kunstneren relevant etter han er død. Så sånt sett, så er det ju bare... Jeg vil jo tro at de fleste vil på en måte leve videre.**
- Hvordan ville du beskrevet hvordan en hologramkonsert går for seg?
- **Det er vel et lydopptak? Er det ikke det? Satt sammen fra forskjellige ting. Bilder som er collaget sammen. Det er jo det det er. Det er en tredimensjonalt opplyst collage på en måte.**
- Hva er din formening om konserter som bruker hologram av artister som verktøy eller virkemiddel?
- **Nei, det er jo litt fint å tenke at man kan leve videre når man har skapt noe. Det er liksom litt av idéen til kunst, at du skaper noe som lever lengre en den fysiske grensen din.**
- Hvilke artister, som ikke lenger er i livet, ville du ha sett live på konsert?
- **Elvis hadde vært rått! Kanskje store sopraner i opera. Eh... Hadde jo blitt en sånn annen feeling. Svarthvitt, grainy liksom, men at de hadde stått der og... Det hadde vært mektig, sikkert. Ehm... Og der er det jo liksom også så mye lyd, i på en måte, stemmen og det dem gjør, så lydopptakene kan virke ganske kraftig sammen med et bilde. Eh... Hvem andre? Kanskje Edith Piaf hadde vært kult!**
- Er det en grunn til at du velger akkurat disse artistene?
Nei, de har noen sånn her litt sånn mighty greier ved seg, som jeg tror liksom, det ville ha betydd noe å ha sett en gjenskapelse av figurene deres i virkeligheten. Jeg tror nok det ligger veldig mye i en hologram-

greie, så kan ikke du... Der ligger det jo veldig mye i karakteren og. Altså, det blir som en kjent president eller en kjent historisk figur på en måte. Det vil være mighty å se. Og spesielt... Altså Whitney Houston blir litt annerledes, fordi Whitney Houston levde mens vi levde.

- Whitney Houston skulle nå i mars spille konsert på Folketeatret, ved hjelp av hologramteknologi. Her var billettprisen for en slik konsert var 485,-. Ville du ha dratt på den konserten for den prisen?
- **Ehm... Nei, jeg synes vel det høres rimelig ut. Greit ut det. Hadde egentlig kommet an på artisten for min del.**
- Ville du ha dratt på en slik konsert?
- **Ehm... Tja, forsåvidt.**

Affektiv

- Litt sånn om konserter generelt. Hva assosierer du med konserter?
- **Sosialt. Kan bli slitsomt å stå. Jeg liker godt å sitte. Jeg har vært på konserter der jeg har sittet, og det er noe jeg har syntes har vært diggere enn å stå.**
- Hva føler du at konsekvensen av slike hologramkonserter kan være? Både positive og negative.
- **Jeg tror det positive er at kunstneren... Eller den døde kunstneren vil bli... Altså vil holdes relevant. Den vil bli introdusert for et publikum som ikke ville ha oppdaget dem like kjapt. Og så det problematiske er ju litt det med at dem ikke har noen styring over det selve da. I og med at det skjer post deres dødd. Dem er ju ikke der og fremfører den selve.**
- Føler du at dette er etisk riktig ovenfor artistene som "blir" hologrammer?
- **Hvis man skal balansere på det etiske, så tror jeg jeg ramler på den positive siden, med det at man får leve videre liksom.**

Konativ

- Hva er det som egentlig får deg til å ville dra på en konsert?
- **Ja, det er nok sosiale delen, vil jeg tro. Først og fremst.**
- Drar artisten sitt navn, deg på konsert?
- **Nei, det er egentlig musikken som betyr noe der for min del.**
- Har du planer om å dra på en konsert i nærmeste fremtid?
- **Nei. Det har ikke kommet noe forbi nesen min som jeg har lagt merke til.**

II. Holdning (Avhengig variabel)

Theory of Reasoned Action

Holdning til atferden

- Hva oppnår du når du går på konsert?
- **Det varierer litt. Hvis det er en konsert som treffer meg, så kan det være en veldig fin følelse. Litt som å gå på kino på en måte. Hvis filmen treffer. Det er ett kulturellt utbytte syns jeg, hvis det treffer meg.**
- Tror du at du ville oppnådd det samme ved å gå på en hologramkonsert?
- **Ja, det tror jeg. Jeg tror jeg kunne fått det samme utav det. Også i forhold til det forrige spørsmålet, så tror jeg at det... Jeg connectar såpass godt med film, som er bilde og musikk. Og der kunne jeg ha likt det der sikkert like godt som en reell konsert.**

Subjektiv norm

- Hva tror du andre, altså av dine venner og familie, synes om å dra på en hologramkonsert?
- **Jeg tror de synes at det hadde vært spennende.**
- Hva tror du at andre hadde synes om at *du* drar på en hologramkonsert?
- **Spennende.**
- Dine venner og familie synes det er uetisk at du planlegger å gå på en hologramkonsert, i hvilken grad lar du deg påvirke av dette? - Hvorfor?
- **Nja... Sikkert en del. Men vanskelig å si før det skjer da.**

Konkurrenter/Substitutt (*Uavhengig variabel*)

- Av det du vet nå - hvordan synes du hologramkonserter virker i forhold til andre konserttilbud?
- **Spennende! Jeg tror det kan være et fint supplerende tilbud. Jeg tror ikke det vil gå på bekostning av vanlige konserter. Jeg tror det vil, bare ge et økt tilbud i den delen av bransjen. Og som oftest vil det bety at det bare vil bli mer interesse for konsert, som igjen gjør til at flere vil gå på generelle, alle sånn konserter. Så jeg tror nok at det vil bli bra for bransjen, istedet for at ta bort... For reelle artister.**
- Hva skal til for at du velger å dra på en hologramkonsert, fremfor andre konserttilbud - generelt?
- **Det kommer helt ann på om det er en interessant artist for min del. De tilbyr jo en artist som ikke kan holde konserter lenger. Så dermed så oppfyller det jo også et behov. Eller en plass som ikke finnes nå.**
- **Jeg tror nok at det problematiske hadde vært hvis levende artister nå blir utkonkurrert av plateselskapene sine, på grunn av at plateselskapene sitter på rettigheter og kan kjøre konserter med musikken deres og hologram. Men da tror jeg nok at det ville bety noe for folk å se den artisten i virkeligheten, hvis den lever. Så jeg tror ikke det er en sånn kjempeaktuell problemstilling.**

Intervjuguide - Dybdeintervju - Irina Eidsvold-Tøien**Spørsmål**

Tema: *Hvilke juridiske utfordringer kan hologramkonserter innebære for konsertarrangører?*

--

Det [Hvordan et hologram settes opp teknisk sett] er helt avgjørende i forhold til om det er utøververn eller personvern, men det kan vi jo snakke om sånn, etterhvert. Faktisk så touche jeg borti dette når jeg skrev doktorgraden min, jeg såg jo de problemstillingene komme opp.

Eller, de ligger egentlig i en utøverprestasjon. For der er det jo retten til personlig bilde, som dere har vært gjennom i [§] 104. Den er jo bare et utslag av en grunnlovsbestemmelse. Altså ikke bare en grunnlov men en menneskerettighet, og om retten til privatliv, ikke sant? Som ligger i EMK art. 8, for eksempel. Det vernet har alle mennesker. Det betyr at jeg kan ikke bruke bilde eller stemmen deres. Alt som har med personlighetens rettsvern som det heter, det kan man ikke bruke uten å spørre vedkommende.

Og så oppstår det jo problemstillinger her, for vedkommende er jo død. Og då er jo spørsmålet: Hvor lenge varer personvernet, etter at folk er døde? Sånn det er veldig mye interessant her, sånn rettslig. Så derfor toucher ni bort i noe sånn som er ganske vanskelig og veldig interessant. Så det er veldig gøy.

--

- *Kan du fortelle kortfattet om din bakgrunn som jurist og utøvende kunstner? (utdanning, arbeidserfaring, o.l.)*
- **Jeg er førsteamanuensis i rettsvitenskap, det vet ni jo. Og er på en måte i et sånt løp mot å bli professor innenfor dette tema da. Og da skriver man seg til noen fler artikler, og så blir man professor, om et par år eller noe sånn.**

Så er jeg utdannet. Jeg begynte på jussen, og så kom jeg inn på Teaterhøgskolen. Sånn at jeg hoppet av jussen, på annen avdeling på jussen [...] Dette var 82-85. Og så jobbet jeg som skuespiller i noen år. Men jeg ble alene med et barn etter et år. Så da fant jeg ut at jeg ikke hadde lyst å ha et liv som skuespiller, for dette ble veldig slitsomt for barnet og for meg. Så da, etter seks år som skuespiller, så gikk jeg tilbake til jussen.

Så tok jeg ferdig jussen, og var ferdig i 2001 og begynte å jobbe som advokat, med rettigheter. For jeg skjønnte på en måte, at her hadde jeg på en måte en bakgrunn som gjorde at jeg fikk en forståelse for kunstnerrettigheter. Som er vanskelig å få, hvis ikke du har en sånn bakgrunn. Og så, ble jeg juridisk sjef for TONO i fem år, jobbet jeg som det. Men det ble på en måte lite smått, litt for liten verden. Så då fant jeg ut at jeg måtte tilbake til fakultetet og ta en doktorgrad. Da tog jeg doktorgraden, så ble jeg forsker på BI. Og så jobber jeg fortsatt som frilansskuespiller, gjør litt sånn TV- og filmoppdrag.

- *Hvilke umiddelbare tanker gjør du deg om at et hologram kan erstatte en levende artist sin fremføring? (I og med at hologrammet er en "fysisk" 3D-fremføring av tolkningen og selve åndsverkene)*
- **Da tenker jeg, jeg synes at det var veldig morsomt å se [I forhold til de klippen vi hadde sent i forkant via mail]. Det var litt sånn, så deilig at de [artistene] ikke er døde fortsatt. Men samtidig så... For det første synes jeg det klarstiller behovet for, eller ikke behovet for, men verdien av en liveopptreden. At det kommer til å bli enda viktigere å på en måte sondere mellom et hologram og en liveopptreden. Hva er det live på en måte har av kvaliteter, som vi går glipp av? Det er jo nettopp denne dialogen mellom sal og scene, for du har ingen umiddelbarhet, selvom dette fake "Thank you, thank you" liksom, så er det på en måte ikke... Det er jo en energiforflytning som skjer i overføringen fra de som opplever og de som står på scenen [...]. Det har vært noen sånne overføringer av konserter på TV, hvor artistene ikke har noen i studio [...] Når de ikke har mennesker der, blir det et slags vakuum i opplevelsen, sånn at den på en måte endrer karakter. Både utøveren endrer karakter, men også oppleveren, fordi det er ikke denne utvekslingen av opplevelser som på en måte smitter. Så derfor er det fascinerende, men det tydeliggjør tapet som skjer på et vis. Og så utløser det en rekke rettslige problemstillinger, som jeg syns er veldig vesentlige. Og det tror jeg ikke at konsertarrangørene har oppdaget enda. Og det er jo lite skremmende.**
- *Kort fortalt, hvordan må arrangører innrette seg etter lovverket når de skal arrangere en vanlig konsert?*
 - *Hvordan tror du dette blir en forskjell, når det er snakk om en hologramkonsert?*

Da må de ha tillatelse til offentlig fremføring av musikken, altså komposisjonen. Det er en TONO-klarering. Og så må de ha honorar til musikerne, så da er det ikke noe lydopptak. Da blir det ikke noen Gramo, det blir bare honorar till musikerne. Og hvis de skal ta noen opptak, så må de også ha retten til opptaket.

Og så er det jo sånn da at arrangørene egentlig har en plikt til å sende inn oversikt over hvilken musikk som er brukt. Det er måten TONO får greie på hvem det er de skal betale. Men der er det sånn at arrangører kan ofte være litt slepphendte i å sende inn disse låtene som er brukt, så derfor er det veldig viktig at musikerne på en måte etterprøver, og på en måte selv melder inn.

Det er egentlig ikke store forskjeller. Fordi det er både komponistrettighetene må jo klareres på samme måte, og utøverrettigheter gjennom at de bruker et lydopptak. Så da er det Gramo. Plutselig så blir det Gramo istedet for å betale honorar til artisten, så blir det da Gramo-rettigheter. Så sant ikke lydopptaket er utenfor vernetiden. Men her må dere huske på at det är 70 år [...] fra opptaket. Sånn at det har lite kortere vernetid enn utgangspunktet for opphavsrettigheter er jo 70 år etter vedkommendes død, men her er det jo etter opptaket. Og Whitney Houston sine opptak er vel sånn 80-90-tall. Så det er hvertfall lenge til de lydopptakene er i det fri. Mens Orbinson og disse andre gamle gutta, der er det litt verre. Der kan jeg godt tenke meg at de har vært i det fri, den ene konserten som de laga. Men det er altså, lydopptakrettighetene må også klareres.

- *Men dette må da klareres av de som har overdratt rettighetene?*
- **Ja. Det er helt riktig. Fordi der er det jo vanlig arvelov som styrer vem som har rettighetene. Sånn at det er antakeligvis barna til Whitney, eller altså noen som da... Fordi ofte når død skjer sånn plutselig, så har man ikke regulert vem som ska ha rettighetene. Og der står det i loven at rettigheter følger vanlig arveregler. Da er det sånn, immateriell eiendom og fysisk eiendom, de følger de samme reglene, hvis ingenting annet fremgår.**

Så, er det den vanskelige problemstillingen i forhold til personlighetens rettsvern: Har du lov til å bruke... Altså nu har du lydopptaket; Det klareres gjennom Gramo-rettighetene. *Men*, har du lov til å bruke personlighetens rettsvern, fordi det er jo et tilleggsprodukt her, ikke sant? At du bruker retten til personlig bilde. Altså, det er ikke tvil på hvem det er, så jeg tenker at her toucher du retten til personlig bilde, bare live. Sånn at du på en måte også må klarere retten til å bruke personkarakteristikkene. Fordi identiteten er det sentrale i forhold til dette vernet. At hvis du skal bruke av en annens identitet, antingen

det er stemme, gester eller ansikt, eller ting som kan avsløre hvem det er, kan knytte informasjonen til en person - så må du ha samtykke.

Og da kan du si, at det som er utfordringen her er at det personvernet er det usikkert hvor lenge varer. I loven på den bestemmelsen som vi har, den [§] 104 bestemmelsen, så står det jo 15 år etter vedkommendes død. Og, jeg har nettopp skrevet en artikkel der jeg stiller spørsmål ved [...] *Hvor lenge varer personvernet?* Og da vil ju Whitney Houston kanskje være innenfor, jeg vet ikke. Når døde hun?

- *Reglerna i Skandinavien är ju lite mer strikta där som jag förstår det. Kan det ha någonting att säga i förhållande till internationella artister? Är det mer fria tyglar kring dessa lagar internationellt sett, än vad det är i Skandinavien?*
- **Nei, kanskje litt.** Altså jeg har vært litt inn i *Right to Personality*, altså *Personality Rights*, som er den amerikanske avarten. Og den, der er det, sagt lite fyrkantet, så er det en hver kommersiell interesse av en person, er knyttet til personen selv. Sånn at du har akkurat den samme strukturen bare at du sier... For du kan si at en kjent person har en større kommersiell inntjening av bruken av personen, og det er den som knyttes til [...] *Right to Publicity*, kaller de denne retten, for alle som er kjente personer. Mens vi på en måte knytter det til en hver person.

Men disse menneskerettighetene, de er verdensomspennende. Dette er på en måte FN-regulert, og konvensjoner som på en måte ikke er situert i Norge. De er europeiske og FN-baserte rettigheter. Så jeg vil si at dette er verdensomspennende rettigheter - menneskerettigheter.

- *Hvilke rettigheter kan potensielt sett bli krenket i denne bruken av hologram av artisten?*
 - *I og med at en hologramkonsert fronter den avdøde artisten som et hologram, en ren kopi av personen og dens vokal, bevegelser og fremførelse, vil dette kunne ses på som en krenkelse av personvern? Evt. hvilke konflikter kan oppstå?*
 - **Ja. Det er det.** [På spørsmål om det først og fremst er personvern som blir krenket ved hologramkonserter] **Og det blir forskjellen for arrangøren. Fordi for hver gang arrangøren gjør dette, norsk arrangør, vil ha ansvar for den klarering også av personvernet. Da må den som har gitt dem tillatelse, vise til at de også har klarert personvernet.**
- *Hvilke utfordringer tror du kan oppstå siden artisten ikke kan gi sitt samtykke for bearbeidelse av fremføringen?*
- [...] **Så som vi snakket om innledningsvis i forhold til opphavsretten, så er det en nasjonal rett. Det betyr at enhver arrangør i Norge klarer for de rettighetene som de bruker.**

[...] **Fordi amerikanerne ikke hadde signert denne internasjonale konvensjonen [Romakonvensjonen], som alle andre utøvere i Europa har. Så det er bare sånn veldig spesifikt for amerikanerne. Fordi når man lager konvensjoner som både disse FN-konvensjonene og menneskerettighetene og de tingene som vi snakker om på personvern-området, så er det forpliktelser mellom stater. Så staten Norge forplikter seg til å lage regler som beskytter menneskene, menneskerettighetene. Når de signerer en sånn kontrakt, så forplikter de seg til å lage regler som beskytter menneskene i landet.**

Og når da USA ikke har signert en sånn kontrakt for utøverne, så bare tas det ut en gruppe av rettighetshavere som da ikke får tilgang på det vernet som alle andre har. Og da kan du si at i forhold til personvernet, så tror jeg at amerikanerne har akkurat den samme beskyttelsesstrukturen, så der kommer ikke utøverproblemstillingen for amerikanske personer opp. Men i forhold til utøververnet, dette lydopptaket, da kan det være en ulempe for den amerikanske aktøren, og dette er da kanskje en fordel for den norske konsertarrangøren, fordi amerikanske utøvere ikke har rettigheter i Norge gjennom Romakonvensjonen.

- *Et kjapt spørsmål til da: Når det handler om den bearbeidelsen [Ang. filmen som spilles under hologramkonserten], så [...] blir det vel ikke så mye personvern, men mer direkte mot opphavsretten?*
- [...] **Der tenker jeg at så sant kilden på en måte ikke er et opptak... For det trodde jeg først, at det var gamle konsertopptak som man manipulerte. Så er det egentlig personvern og ikke bearbeidelser i forhold til opphavsretten, vi står overfor. Fordi hvis det hadde vært et utøveropptak eller en film, så hadde det vært en bearbeidelse. Men her er jo på en måte grunnlaget bare skapt på et hvis, ikke sant? De har bare tatt disse bevegelsene og laget en ny. Så da bruker de egentlig bare kilden, personen. Og selve lydopptaket i seg selv er ikke manipulert eller bearbeidet, det er jo bare en bruk, en offentlig fremføring. Så jeg tenker at det visuelle her, det er personbruk. Og der er det de rettighetene som må klareres, og ikke opphavsretten.**

[...] **Men litt sånn: Har de egentlig lov til å lage det produktet, ner de ikke har klarert rettighetene? Det er jo litt sånn som den sampling-saken. Hvis du stjeler en bit fra et lydopptak, så krenker du på en måte, for da bare driver du med fremføring av noen sitt... Og det gjør du også her, hvis ikke du klarert personvernet her, så har du på en måte ikke noen rettigheter, fordi den retten er på en måte knyttet til at du bruker av noen andre sitt. Og det har du ikke lov til. Sånn at det blir underordnet det at de har skapt dette, det er avhengig av at de har lov til å bruke materialet de har brukt da. Før de på en måte kan si at de har rettighetene. For nå har de stjålet på en måte... Nu bare forutsetter jeg at de ikke har klarert denne personbiten.**

- *Hvordan tror du dette vil påvirke lovverket (åndsverkloven) når det kommer til å verne om utøverens personlige tolkning av fremføringer?*
 - *I hvilken grad tror du at vernetiden kommer til å utvides? (med tanke på at artisten i større grad blir "udødelig")*
 - [Ang. doktoravhandlingen hennes, som handlet om selve utøveren og hvordan man fremfører har et verdi i seg selv] [...] **Jeg mener at utøvende kunstnerer egentlig skaper en bearbeidelse, en ny versjon da, når de lager en fremføring. Så mitt poeng der var bare at de innfrir kravene for opphavsrett, sånn at de skaper et verk. Og så har de jo tillatelse til å fremføre, sånn at de har ju på en måte klarert at de får lov. Og sånn mener jeg at de innfrir kravet.**

Men i og med at her, skjer det jo ingen bearbeidelse av et opptak av artisten. Sånn at jeg tenker at det eneste dette berører i forhold til spørsmålene jeg har reist, er at utøververn og opphavsrett, bør likestilles i tid. For her ser dere hvilke trøbbel vi kommer utfor, når plutselig lydopptaket har kortere vernetid enn selve... I forhold til opphavsretten som da er komposisjonen, så får du plutselig ulike rettigheter, som går ut på forskjellige tid. Hvis du hadde hatt en rett til komposisjonen som var like lang som retten til selve lydopptaket, så ville du kunne klarert disse tingene sammen, og du ville ikke hatt masse forskjellige tidspunkter å forholde deg til. Mens her må vi se på når skjedde konserten til Whitney Houston, og når døde Whitney Houston hvis det er hun som har skrevet komposisjonen og teksten, så har den altså en vernetid i 70 år etter hun døde. Mens selve lydopptaket da er fra kanskje 80-tallet, og da går ut mye tidligere. Sånn at du får masse problemstillinger som du ikke ville fått hvis du hadde hatt likt utgangspunkt og lik vernetid for utøvere og opphavere.

Så dette på en måte syns jeg er et veldig godt argument for at, som jeg har sagt hele tiden, det har noen effektivitetsgevinster, for da kan du klarere disse rettighetene sammen. Men det kan du ikke, sånn som det er nå. Fordi nå har de ulike utgangspunkt, og ulike levetid. Men så er det den andre problemstillingen på at de skaper et verk, det blir på en måte ikke berørt, i og med at det ikke er manipulering av selve utøveropptaket.

[...] **Jeg ville problematisert, hvis jeg skulle skrevet en artikkel om det, så ville jeg problematisert også om det egentlig er det de gjør [selger hele artisten sin person som konsept], skjønner du? At de foretar en etterligning av selve fremføringen, og hadde da utøverne hatt opphavsrett og ikke utøververn, så hadde de også hatt et etterligningsvern. Men fordi, [...] forskjellen på opphavsrett og utøververn er at utøververnet har bare beskyttelse mot at selve opptaket blir brukt om igjen, det at du etterligner opptaket, har de ikke vern mot. Fordi de har ikke etterligningsvern i sine**

rettigheter.

Så derfor ville, på en måte... Hadde de hatt opphavsrett til opptaket, så ville de kunne tatt disse hologrammene for å etterligne opptaket. Men det som da er interessant, er at amerikanske utøvere har opphavsrett. Så derfor kan de ha et sterkere vern mot hologram-etterligninger av sine prestasjoner, enn det de europeiske har. [...] Selv om de er døde, og da kan de ha et sterkere vern gjennom [...] at det på en måte er en etterligning av en fremføring, og hvis da det var en opphavsrettslig beskyttet prestasjon, så har du en tilgjengeliggjøring av det uttrykket uten samtykke. Og da foreligger en krenkelse.

[Angående om det kommer skje en endring i Norge] Jeg tror jo det. Men jeg tror det må skje på europeisk plan. Men jeg synes dette er et veldig morsomt case, for å vise viktigheten av å verne da, og også fordi personvernet er utilstrekkelig, ikke sant? Hvis det oppheves i løpet av bare noen få år etter vedkommende er død, så kan noen sitte og tjene masse penger på folk som er døde. Og som er mye mer betimelige at barna til Whitney Houston tjener penger på henne, enn en eller annen konsertarrangør som skal sitte å tjene penger på personers prestasjoner, ikke sant? [...]

- *Hvilke juridiske konflikter tror du kan oppstå mellom konsertarrangøren og de som har overdratt rettighetene til den avdøde artisten(hologrammet)?*
 - *På bakgrunn av dette, bør det tilføyes nye lover som er knyttet direkte til konsertarrangøren?*
 - **Jeg tror at lovverket sånn som det ligger nå er tilstrekkelig for å hindre hologramkonserter i en viss tid. Ikke sant? Altså, innenfor en 15 års frist kunne man da hvertfall argumentert utfra [§] 104, så har man ikke lov til å lage hologrammer av avdøde personer. Man er avhengig av samtykke, så det er ikke sånn at du, hvis du har donert og sagt sånn: “Ja, jeg kan brukes til hologram”, så er det greit for da har du gitt samtykke. Men [...] nesten ingen vet at de skal dø, særlig ikke når de er 38 år, eller enda yngre, sånn at da har de ofte ikke gitt de samtykket, og da foreligger ikke noe samtykke.**

Så kan du spørre om personvernet kan arves eller ivaretas av arvingene da, sånn at du kan spørre familien. Og det er jo et nytt spørsmål, rett og slett, om det går an å innhente samtykke når det gjelder personvernet. [...]

[...] Uansett, [...] så må de ha samtykke, men etter de 15 årene så er det spørsmål om de foreligger noe vern da, i det hele tatt. Da vill ju forskjellen være de amerikanske utøverne, som da har et opphavsrettslig vern. Men vernetiden for dem kjenner jeg ikke til, jeg lurer på om den er kortere. Men 50 år etter deres død eller noe sånn da, så at de kanskje har et annet grunnlag for sitt vern, enn bare personvernet.

[...] Jeg mener at dere peker på ting som er så viktige og så spennende, og så viktige at folk skjønner at dette kan ikke de gjøre uten samtykke fra de personene som er involvert. Og det tror jeg ikke at de vet.