

NRK *URØRT*

– fra demokonkurransen til flermedialt flaggskip

*En kvalitativ studie av Urørts bidrag til
allmennkringkasteroppdraget*



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen
Vår 2008

Therese M. Istad

Forord

Denne oppgaven er et resultat av et ønske om å skrive noe om musikk og NRK. Jeg har til tider irritert meg over noe av musikken og noen av programmene i NRK P3, men jeg har også blitt gledelig overrasket av blant annet programmet *Urørt*. Som aktiv konsertgjenger i Bergen har jeg fått med meg en rekke konserter av forskjellige *Urørt*-band. Det er veldig mange dyktige artister som profilerer seg gjennom dette konseptet, og dette gjorde meg altså såpass interessert at jeg ville skrive oppgave om det.

Når jeg nå er ferdig med oppgaven, er det flere som fortjener en stor takk. Først og fremst min veileder Peter Dahlén, for nyttige tilbakemeldinger, gode innfallsvinkler og for at han har hatt troen på denne oppgaven fram til siste innsjutt.

Dernest takker jeg informantene i *Urørt*-redaksjonen, *Urørt*-artist Joachim Laberg og Tor Eide i NRK Forskningen for at de brukte av sin tid og ga meg veldig mye nyttig informasjon.

Snille, snille Thea har lest korrektur, kommet med konstruktive forslag og vært en super pausevenn, tusen takk for det! Ellers vil jeg takke alle gode venner og familie (spesielt mamma!) for uvurderlig støtte og motivasjon, og dessuten medstudentene på leserom 602 for masse inspirasjon og godt selskap.

Til sist vil jeg si tusen takk til Øyvind, som har vært supertålmodig og støttet meg gjennom denne hektiske oppgaveperioden!

Bergen, 29.mai 2008
Therese M. Istad

1.0	INNLEDNING	1
1.1.	HVORFOR SKRIVE OM NRK <i>URØRT</i> ?	2
1.2.	UTFORMING OG STRUKTUR	4
1.3.	TIDLIGERE STUDIER OG FORSKNING	5
2.0	KVALITATIV METODE	8
2.1.	DOKUMENTANALYSE	9
2.1.1.	<i>Analyse av artikler</i>	10
2.2.	INNSAMLING AV SKRIFTLIG INTERVJUMATERIALE.....	11
2.2.1.	<i>E-postintervjuer</i>	11
2.3.	AVGRENSNING AV EMPIRISK FELT	12
2.4.	SAMMENLIKNINGSGRUNNLAG.....	13
3.0	TEORI – ALLMENNKRINGKASTING	16
3.1.	ALLMENNKRINGKASTINGSOPPDRAGET	17
3.1.1.	<i>Konsesjonsforpliktelser</i>	19
3.2.	SAMFUNNSOPPDRAGET PÅ INTERNETT – EN GYLDEN SJANSE?	20
3.2.1.	<i>Kringkasting av musikk på Internett og via satelitt</i>	23
3.2.2.	<i>Begrensinger ved Internett</i>	25
4.0	NRKS STILLING I DET NORSKE MEDIEMARKEDET	29
4.1.	NRKS POSISJON	29
4.2.	INTERNETTETS STILLING I DET NORSKE MEDIEMARKEDET.....	31
4.3.	KRINGKASTERE PÅ WEB	32
4.4.	DAGENS NRK-TILBUD PÅ INTERNETT - NRK.NO	34
4.4.1.	<i>Podkasting</i>	37
4.5.	HVORFOR ER EN NETTSATSNING VIKTIG?	38
4.5.1.	<i>Kringkasting i en digital fremtid – KKD's syn på NRK.no</i>	39
5.0	NRKS PROSJEKT <i>URØRT</i>	42
5.1.	OPPSTARTEN – TALENTKONKURRANSE PÅ P3	42
5.2.	UTVIKLINGEN AV <i>URØRT</i> PÅ NETT.....	46
5.3.	OMLEGGING I P3 OG <i>URØRT</i> SOM EGET RADIOSHOW	51
5.4.	<i>URØRT</i> SKAPER SUKSESSHISTORIER	53
5.5.	<i>URØRT</i> FORTSETTER Å VOKSE – NYE REKORDER SETTES	59
5.6.	INTEGRERING AV NYE TJENESTER PÅ NETTSIDEN	63
6.0	<i>URØRTS</i> FORHOLD TIL SAMFUNNSOPPDRAGET	66
6.1.	KONSESJONSFORPLIKTELSER	66
6.2.	MANGFOLD OG BREDDE	70
6.3.	KVALITET OG KVANTITET	73
6.4.	BIDRAR <i>URØRT</i> TIL NRKS ALLMENNKRINGKASTEROPPDRAG?	77
6.4.1.	<i>Urørt-redaksjonen</i>	77
7.0	AVSLUTNING	79
7.1.	AVSLUTTENDE REFLEKSJONER	81
8.0	LITTERATUR	IV
8.1.	ARTIKLER PÅ INTERNETT:	IV
8.2.	INFORMASJON FRA INTERNETT	VIII
8.2.1.	<i>Årsrapporter</i> :	viii
8.3.	AVISARTIKLER:	IX
8.4.	E-POST – INTERVJUER:	IX
8.5.	NETTSIDER	IX

1.0 Innledning

Norsk Riksringkasting (NRK) er landets eneste offentlig eide lisensfinansierte allmennkringkaster, og selskapet har derfor en særegen posisjon i det norske mediemarkedet. De har flere TV- og radiokanaler og en omfattende nettside. Som eneste ikke-kommersielle allmennkringkaster har NRK en rekke forpliktelser, og dessuten et unikt kulturelt og samfunnsmessig ansvar. Allmennkringkasteroppdraget må fylles dersom NRK skal beholde sin konsesjon på riksdekkende sendinger.

I dag opererer NRK i et medielandskap preget av en rask teknologisk utvikling. Bruken av Internett har formelig eksplodert, spesielt i velstående land som Norge. Her bruker store deler av befolkningen nettet daglig. I 2007 hadde hele 82 prosent av husholdningene PC, og 78 prosent hadde Internett-tilgang.¹ NRK har også engasjert seg i den flermediale utviklingen. De første årene var imidlertid satsningen på Internett preget av nøling og enkeltstående skippertak. Nå har ambisjonene vokst seg langt større og NRK satser for fullt på å utvide og videreutvikle sitt tilbud på flere plattformer.²

NRKs nettsatsning fikk altså en noe treg start, og med det i bakhodet er det litt overraskende å oppdage at de faktisk har et flermedialt konsept, *Urørt*, som er inne i sitt niende driftsår.³ *Urørt* er en musikk-satsning i regi av NRKs ungdomsradiokanal P3.⁴ NRK P3 har ungdommer og unge voksne som sin primære målgruppe, og har siden oppstarten i 1993 satset mye på musikk.⁵ *Urørt*, som så dagens lys allerede i 1999, var først en talentkonkurranseser for norske, usignerte artister, men utviklet seg snart til å bli et permanent musikkbibliotek på nett. For nye band og unge artister var dette en helt ny mulighet til å nå ut med musikken sin, og *Urørt* fikk raskt stor oppslutning. I dag finner man *Urørt* både på radio, TV og Internett, og med en sendeflate på sju timer i uka på P3. På nettsiden kan alle fritt legge ut musikken sin, og alle kan enten lytte til låtene direkte

¹ Statistisk Sentralbyrå (SSB) 2007

² Rasmussen 2006:158

³ Flermedialt brukes i betydningen at et konsept er tilstede på flere teknologiske plattformer.

⁴ Frem til 2003 het kanalen Petre, da ble det endret til P3. Jeg vil konsekvent skrive P3 i denne oppgaven.

⁵ Da P3 ble lansert, het det seg at 70 % av sendetiden skulle vies til musikk. Halse og Østbye 2003: 243

på nett, eller laste de ned og høre dem på mp3-spillere og lignende. For øyeblikket finner man nærmere 22 000 band på nettsiden.

Urørts flermedialitet er med på å aktualisere spørsmålet om hvorvidt NRK kan oppfylle deler av allmennkringkastingsoppdraget gjennom tilstedeværelse på flere plattformer. Både programmer for unge, og formidling av norsk musikk er spesifikt nevnt under ”programkrav” i NRKs vedtekter, og under ”formål” finner vi også ”å tilby allmennkringkasting [...] i radio og fjernsyn samt på øvrige medieplattformer”.⁶ *Urørt* har relevans for disse satsningsområdene; ungdom og Internett, og jeg vil se nærmere på dette konseptet. Min overordnede problemstilling kan formuleres på denne måten:

På hvilken måte kan NRK Urørt være med på å bidra til NRKs allmennkringkasteroppdrag?

NRKs allmennkringkasteroppdrag eller ”samfunnsoppdrag” vil altså være et nøkkelbegrep for meg.⁷ Begrepet kan defineres, litt forenklet, på følgende måte: NRK skal ”informere, opplyse, utfordre og underholde nordmenn flest via TV, radio, og nye medieplattformer på måter som ikke er mulig å finansiere kommersielt”.⁸ Konesjonsforpliktelsene danner grunnlaget for om NRK fyller allmennkringkasteroppdraget eller ikke. En underproblemstilling vil derfor være:

Hvilke konsesjonsforpliktelser oppfyller Urørt?

Jeg vil forsøke å finne svar på dette gjennom å se på utviklingen av *Urørt*, heller enn å foreta en innholdsanalyse av programmet. Jeg vil ha fokus på allmennkringkastingsvilkårene når jeg ser på utviklingen av *Urørt* fra først å være bare en post i et radio-program, deretter en nettside, og nå en flermedial satsning på radio, nett og TV.

1.1. Hvorfor skrive om NRK *Urørt*?

Jeg ønsker å skrive om *Urørt* fordi programkonseptet har blitt en betydelig aktør i den norske musikkbransjen. Jeg har selv vært med i en studentorganisasjon som arrangerte konserter i samarbeid med NRK *Urørt*, og jeg har lenge syntes at *Urørt* har vært et

⁶ NRKs vedtekter § 3-1 og § 3-5 e) og k)

⁷ I denne oppgaven er allmennkringkasteroppdrag og samfunnsoppdrag definert noenlunde likt.

⁸ Bjerkaas 2007

interessant konsept. Da jeg fant ut at det har eksistert mye lenger enn kjente, globale nettsider som *Myspace* og *Youtube*, ble det bare mer spennende. Det har til tider vært omfattende diskusjoner rundt musikkprofilen til P3, og kanalen har fått mye kritikk for de valgene de har tatt i forhold til formatering og så videre.⁹ Denne debatten er for omfattende til at jeg kan gå inn i den i denne oppgaven, men *Urørt* har ofte kommet godt ut av det i diskusjonene, noe som har bidratt ytterligere til min interesse.

Konseptet har dessuten vist seg å være en suksess, i hvert fall om man måler etter antall brukere og innholdsmengde. Stadig flere nye, norske band legger ut musikken sin på *Urørt*, og for ukjente artister er dette en viktig mulighet til å nå ut til et publikum. I dag omtales *Urørt* som "P3 sitt sugerør ned i den norske undergrunnen", og i skrivende stund (04.04.08) teller nettsiden 21 778 band som til sammen har publisert 55 265 låter. Antall "lyttinger" oppgis til 14 053 146, og antall nedlastinger er på svimlende 23 536 186.¹⁰ Samarbeidet på flere plattformer er interessant, spesielt fordi redaksjonen bak *Urørt* helt fra begynnelsen har trukket fram allmennkringkastingsbegrepet som en viktig motivasjon for å starte konseptet:

[...] redaksjonen roser seg av at sidene verken er finansiert av leskedrikker, buksemerker eller tellerskritt. Nytt norsk talent er altfor viktig til at det kan overlates de kommersielle kreftene... NRK har et ansvar for å gi dem som vil spille en plattform å spille på. På fagspråket kaller vi det allmennkringkasting. Dette nettstedet er et slikt sted. Vi legger forholdene til rette slik at du kan legge ut musikken din. At du kan få feedback. At du kan få kontakt med andre som holder på med det samme. At du kan bygge deg et nettverk. At du kan lære av andres feil.¹¹

Formålet med oppgaven er å sette søkelyset på et av NRK P3s mest omfattende konsepter når det gjelder flermedialitet. *Urørt* er også et av de eldste programprosjektene på P3, og det har bidratt til at NRK er blitt en aktør å regne med i norsk musikkliv. Et annet viktig aspekt er at *Urørt* i hovedsak er et konsept for ungdom. Ungdom som målgruppe har høy symbolverdi, gruppen brukes gjerne som et symbol på (kringkastings-) institusjonens

⁹ Se bl.a. debatten på *Ballade* i 2005, for eksempel "P3-debatten skyter fart" Skancke-Knutsen 2005

¹⁰ NRK *Urørt*: <http://www11.nrk.no/urort/default.aspx> Statistikk står nederst på siden, i venstre hjørne.

¹¹ Skancke-Knutsen 2000, sitatet er gjengitt nøyaktig slik det står i artikkelen.

fremtidspotensial og legitimitet.¹² ”Riktig” musikk kan være en effektiv måte å nå ungdommen på, historisk sett er det ofte slik det har blitt gjort.

I Tim Walls artikkel ”The political economy of Internet music radio” (2004) legger han vekt på at musikk er noe av det viktigste med all radio. Dette begrunner han med at musikk spiller en betydelig rolle i måten både enkeltindivider og grupper i det moderne samfunnet konstruerer sin identitet på.¹³ Derfor har det, i følge Wall, blitt hevdet at musikk på radio kan være et offentlig gode. Det betinges imidlertid av at radiostasjonen tilbyr variert og mangfoldig musikk for et bredt spekter av interesser og identiteter. På dette feltet blir tradisjonelle radiostasjoner beskyldt for å komme til kort, ettersom de ofte er strengt formatert for én bestemt målgruppe.¹⁴ Tradisjonelt har folkeopplysning vært viktig for NRK, gjennom *Urørt* kan man kanskje snakke om populærmusikalsk opplysning. Mye av musikken som spilles i *Urørt* på P3 befinner seg i pop/rock-båsen, og et interessant poeng er hvordan denne type sjanger har blitt behandlet i NRK tidligere. Det tok lang tid før allmennkringkasteren slapp til den slags musikk i radioen, og da var det mye på grunn av at ungdommen forlot NRK på 1950-tallet til fordel for den internasjonale kanalen *Radio Luxembourg. Radio Lux*, som kanalen het på folkemunne, baserte seg i stor grad på den populærmusikken som NRK i begynnelsen ikke ønsket å spille. Populærmusikkens inntog i NRK er et spennende tema, men det ligger utenfor denne oppgavens mandat å skrive mer inngående om dette.¹⁵

1.2. Utforming og struktur

I denne oppgaven vil jeg i hovedsak basere meg på skriftlig materiale som stortingsmeldinger, NRKs årsrapporter, artikler fra aviser, nettaviser, nettsteder og fra ulike musikkbransjemagasiner. Materialet vil danne grunnlag for å si noe om utviklingen av NRKs satsning på nett generelt og *Urørts* utvikling spesielt. I tillegg vil jeg gjøre bruk av forskningslitteratur som omhandler allmennkringkasteroppdraget og konsesjonsforpliktelsene, for å danne meg et bilde av hva som skal til for å fylle disse. Dessuten har jeg henvendt meg til noen av de ansatte i *Urørt*-redaksjonen per e-post, både for å få

¹² Forsman 2000: 277

¹³ Wall 2004:29-30

¹⁴ Op.cit:30

¹⁵ Les mer om NRKs musikk for ungdom i et historisk perspektiv i Dahl og Bastiansen 1999

bekreftet eller avkreftet faktaopplysninger, og også for å få noen personlige betraktninger om *Urørt* fra de som har jobbet med dette over lang tid.

Jeg har valgt å dele oppgaven inn i 7 kapitler for å få en god oversikt over de ulike temaene. Kapittel 1 og 2 redegjør for problemstillinger, og valg av tilnæringsmåte. I tillegg gis det en avklaring rundt den metodiske tilnærmingen, samt valg av materiale som ligger til grunn for arbeidet.

I tredje kapittel redegjøres det for teoretiske tilnærminger, konsesjonsforpliktelsene og allmennkringkastingsoppdraget. Her påpekes også noen muligheter og utfordringer for samfunnsoppdraget på nett.

Kapittel 4 tar for seg NRKs stilling i det norske mediemarkedet, og den eksplosjonsartete økningen i Internettbruk. I dette kapittelet redegjør jeg også for dagens nettilbud fra NRK, samt hvorfor en nettsatsning er viktig for allmennkringkastere.

Deretter presenteres og drøftes utviklingen og betydningen av *Urørt*-konseptet i kapittel 5. Her fokuserer jeg på hvordan utviklingen av programmet har vært. Jeg tar også for meg noen av de ulike samarbeidsprosjektene *Urørt* har, og har hatt, med eksterne aktører, som musikkfestivaler, platebutikker og konsertarrangører.

I nest siste kapittel drøftes resultatet av denne studien, og de viktigste funnene redegjøres for. Samtidig knyttes de opp mot en teoretisk forankring. Her spiller konsesjonsforpliktelsene og allmennkringkasteroppdraget en viktig rolle.

Avslutningsvis, i kapittel 7, forsøker jeg å samle trådene, og foreslå noen innfallsvinkler til fremtidig forskning på dette feltet.

1.3. Tidligere studier og forskning

Vitenskapelige studier om statlige allmennkringkastere er på ingen måte mangelvare. Allmennkringkasting på Internett er derimot et relativt ferskt tema, og forskning på dette er derfor vanskeligere å spore opp. Forskning på radiomusikk har det ikke vært så mye av i norsk sammenheng, og når vi beveger oss til musikk på Internett, er det et emne hvor det foreløpig finnes svært begrenset med vitenskapelig litteratur. Men en håndfull studier finnes det, og jeg nevner noen av de relevante her.

Herman Schultz ved Universitetet i Oslo (UiO) har skrevet en masteroppgave om radiomusikk. Den er titulert *Et lydspor til våre liv? En analyse av NRK P3s musikkprofil* (2005), og Schultz konkluderer på følgende måte: ”Med sin eklektiske musikkprofil

klarer P3 [...] å fremstå som alternativ og nyskapende i forhold til konkurrentene, og samtidig være en ungdomskanal med allmenn appell.”¹⁶ Denne oppgaven har mye interessant bakgrunnsinformasjon, men de delene som består av ren musikkanalyse er ikke så relevante for meg. En annen studie fra UiO er Heidi Tovsrud Knutsens hovedoppgave *Musikk i en ny mediesituasjon. En studie av musikkpolitikk i radiokanalene P3 og P4* (2000). Knutsen skriver om hvilke faktorer som påvirker musikkvalget i disse radiokanalene. Denne oppgaven har vært nyttig når det gjelder å få en forståelse av forskningsfeltet, og i dannelsen av en kontekstuell ramme. Jeg har imidlertid ikke brukt den i analysen, ettersom den er skrevet før NRK virkelig begynte å satse flermedialt.

En relativt fersk masteroppgave om radio i NRK, kommer også fra Oslo: *NRK – allmennkringkaster på DAB? En studie av NRKs rolle som allmennkringkaster i en digitalisert radiofremtid* (2007). Denne er skrevet av Ragnhild Aagesen, og hun hevder blant annet at en overgang til DAB med stor sannsynlighet vil bidra til at NRK beveger seg ytterligere i retning av en ”allmennkringkaster i publikums tjeneste”.¹⁷

Det finnes også en del vitenskapelige musikkmagasiner, blant dem *Journal of Popular Music Studies*, hvor jeg har funnet flere interessante artikler. Et annet tidsskrift er *Popular Music and Society*, som også har mange gode artikler. Nok et annet britisk tidsskrift er *Popular Music*, hvor blant andre Steve Jones har skrevet en artikkel titulert ”Music and the Internet”. Her skisserer han utviklingen av musikk på Internett. Jones konkluderer med at distribusjonsteknologi i stadig større grad kommer til å forme hvordan vi lytter til musikk.

Etttersom jeg vil se på oppfølgingen av allmennkringkastingsforpliktelsene via nettvirksomhet, er både kringkastingshistoriebøker, NRK-plakaten og NRKs vedtekter vesentlige for min oppgave. Masteroppgaven *NRKs overgang til digital plattform* (2006) av Vilda Breivyte Buhs virker interessant, men hennes hovedfokus er på NRKs forberedelse av programtilbudet for overgangen til digitalt bakkenett. Likevel vil det nok finnes en del betraktninger av interesse for meg. Også Hallvard Moes hovedoppgave *Digitaliseringen av fjernsyn og allmennkringkastingens skjebne* (2003), er relevant lesning for meg, i hvert fall når det kommer til en forståelse av allmennkringkastings-

¹⁶ Schultz 2005:122

¹⁷ Aagesen 2007: sammendrag

organisasjoner i dagens samfunn. Moe skriver hovedsakelig om fjernsyn, men også om konsesjonsvilkår for allmennkringkastere. Avslutningsvis hevder han at dersom NRK fortsetter å tilby nasjonen brede og sammensatte kanaler, kan de spille en viktig rolle i årene som kommer.¹⁸

Jeg nevner også Norsk Kulturråds utredning *Populærmusikken i kulturpolitikken* (2002), hvor Jostein Griprud stod som redaktør. I denne rapporten er spesielt Arnt Maasøs artikkel, ”Rollen til radio og TV i formidling av populærmusikk”, interessant for meg. Maasø tar imidlertid ikke opp nettets rolle i musikkformidlingen, utover at han peker på det som et interessant tema for videre forskning. Dermed blir også denne artikkelen nyttigst som inspirasjon til et teoretisk rammeverk.

Som mer generell bakgrunn for norsk radiohistorie, samt inspirasjon til struktur av oppgaven, har jeg sett en del på Ragnhild Thomsens masteroppgave *Sport i norsk radio 1982-2004* (2004).

Avslutningsvis nevner jeg den britiske medieforskeren Graham Murdock, som i mange år har skrevet om allmennkringkastingsorganisasjoner, og hvordan disse kan benytte seg av de digitale mulighetene. Han er en av de som ser optimistisk på allmennkringkastingen i en digital tidsalder, og jeg kommer til å se på flere tekster av ham.

¹⁸ Moe 2003: 180-181

2.0 Kvalitativ metode

I denne oppgaven vil jeg benytte meg av en kvalitativ fremgangsmåte. Med sin utforskende karakter skal den være godt egnet til å undersøke emner man ikke vet så mye om på forhånd, og som det heller ikke er forsket så mye på tidligere.¹⁹ Kvalitativ forskning handler om hvordan den sosiale verden blir tolket, forstått, opplevd og produsert. Analysemetodene innebærer fokus både på detaljer, kompleksitet og kontekst.²⁰ Barbara Gentikow anbefaler i sin bok om kvalitativ metode, svært avgrensede, rent kvalitative undersøkelser. For å kunne brukes i en meningsfull analyse må slike studier være sterkt avgrensede både tematisk og med hensyn til antall informanter. Fremfor bredde regnes derav dybde som et avgjørende trekk ved kvalitative studier.²¹

Undersøkelser av denne typen er med andre ord svært spesifikke og konkrete, og de bærer gjerne preg av å være *kasusstudier*. En kasusstudie kan for eksempel være undersøkelsen av en person, en gruppe av personer, en institusjon, resepsjon av en bestemt medietekst, bruk av et bestemt medium, etcetera. Det viktigste er at man fordyper seg i et tilfelle, samler all tilgjengelig relevant informasjon om det og prøver å forstå det i sin helhet.²²

Denne oppgaven kan karakteriseres som en kasusstudie, ettersom jeg tar utgangspunkt i en bestemt institusjon, NRK, og studerer et konkret konsept innen NRK: *Urørt*. Jeg kommer til å se nærmere på nettsiden, hvordan den framstår og fungerer. Jeg vil også høre på radioprogrammet, ikke for å foreta en analyse av innholdet, men for å få en viss forståelse for hvordan *Urørt*-artistene slipper til og presenteres på radioen og hvordan strukturen er lagt opp.

Underveis i analysen vil jeg basere meg i utstrakt grad på artikler fra aviser, nettaviser, nettmagasiner og NRKs egne artikler på nett. Med nettmagasiner mener jeg først og fremst såkalte bransjemagasiner, og i denne oppgaven vil det si musikkmagasiner eller musikknettaviser. Eksempler her er *Ballade*, *Panorama*, *Puls* og *Musiq*. Når det

¹⁹ Gentikow 2002:197 i følge Thomsen 2004:3

²⁰ Mason 1996:4 i følge Moe 2003:17

²¹ Gentikow 2005: 36

²² Op.cit: 40

gjelder avisartikler, vil jeg se på både nettaviser og papirutgaver, der det finnes relevante emner, for eksempel debatter om NRKs nettsatsning, P3s musikkprofil og lignende.

I tillegg vil jeg gjøre noen mindre e-post-intervjuer med sentrale personer i *Urørt*-redaksjonen. Dette for å få bekreftet en del fakta, og i tillegg for å få litt bakgrunns-historie fra de som har arbeidet med konseptet lenge. De sitter gjerne på informasjon som man ikke finner i artikler eller lignende. Her vil jeg forsøke å få rede på hvordan *Urørt* oppstod, hvilken hensikt NRK har med det, hvilke planer som foreligger videre og lignende. Alt dette vil jeg gjøre med det formål å se på hvordan et slikt konsept eventuelt kan være med på å oppfylle allmennkringkastingsforpliktelser.

Jeg velger å stille spørsmålene via e-post fordi *Urørt*-redaksjonen jobber mye med pc og derfor er godt vant med å formulere seg via e-post. Det er dessuten travle folk, som sitter dels i Oslo og dels i Trondheim, og å få svar via e-post fremfor gjennom personlige, kvalitative intervjuer er selvfølgelig veldig tidsbesparende for både meg og antakelig dem også. Jeg vil komme inn på fordeler og ulemper ved e-post-intervjuer senere i dette kapittelet.

2.1. Dokumentanalyse

Det samfunnet og den kulturen vi lever i nå, baserer seg i vesentlig grad på skriftlig materiale. Selskaper og organisasjoner dokumenterer i stor grad sin virksomhet gjennom slikt materiale. Disse dokumentene ”representerer organisasjonenes kollektive minne, [og er] deres fremste middel til systematisering av rutiner og erfaringer, og en av de viktigste formene for selvrepresentasjon”.²³ Dokumentanalyse er, sammen med intervjuer, en mye brukt metode i medievitenskapelig forskning. Denne typen analyse er i følge Trine Syvertsen (2004) ”en *systematisk analyse av skrevne eller audiovisuelle beretninger som ikke er produsert eller generert av forskeren selv*”.²⁴ Det er ikke om å gjøre å finne en god kilde og utnytte den for alt den er verdt, men å se kildene i sammenheng og la dem supplere og utfordre hverandre.²⁵

Ettersom det finnes et omfattende materiale å ta av, kan det ofte være vanskelig å gjøre et utvalg av dokumenter. Det kan rett og slett være komplisert å finne det som er

²³ Syvertsen 2004: 215

²⁴ ibid

²⁵ Op.cit: 215-216

mest relevant. Det finnes ingen konkrete retningslinjer for hvordan utvelgelsen av dokumenter til slike analyser skal foregå, og en slik utvelgelse baserer seg derfor mye på skjønn.²⁶

Siden kringkastingssektoren er offentlig regulert, vil enkelte dokumenter fra de ulike myndigheter være med på å danne grunnlaget for min analyse. Det viktigste dokumentet i min sammenheng er en relativt fersk stortingsmelding: *Kringkasting i en digital fremtid (2006-2007)*. Denne meldingen inneholder mye interessant og viktig for min problemstilling: *På hvilken måte kan konseptet NRK Urørt være med på å bidra til NRKs allmennkringkasteroppdrag?* Ellers er NRKs vedtekter og årsmeldinger selvfølgelig aktuelle informasjonskilder.

2.1.1. Analyse av artikler

Som nevnt kommer jeg til å bruke artikler fra ulike medier i stor grad. Fordelen med å finne stoff i aviser, er at det regnes som offentlig informasjon og avisene står som ansvarlige redaktører for innholdet de trykker. Dermed sikres en viss saklighet og pålitelighet. Likevel er det viktig å være klar over at aviser opererer med strenge nyhetskriterier, sakene som skrives har alltid en vinkling bestemt av journalisten. Dessuten er saken gjerne ”spisset” og personorientert for å fremheve poenget, og for å gjøre saken ”attraktiv” for flest mulig lesere.

Videre kommer jeg til å bruke mange artikler fra NRKs egen redaksjon, og da er det klart at journalistene som skriver om NRKs prosjekter vil være farget av at de selv er ansatt innen samme organisasjon. Artikler på NRK.no fungerer som selvrepresentasjon, og institusjonen ønsker naturligvis å presentere seg selv i et mest mulig positivt lys overfor publikum. Vinkling og kritisk nivå i artiklene vil selvsagt være påvirket av dette. Dette har jeg hele tiden i bakhodet når jeg søker etter informasjon, og vil så langt det går forsøke å finne ”gyldig” informasjon ved å bruke ulike kilder og sammenligne de forskjellige. Videre vil jeg også få utdypet noe av informasjonen og faktakunnskapen gjennom spørsmål direkte til redaksjonen som jobber med *Urørt*.

²⁶ Kringstad 2004:39 i følge Aagesen 2007:18

2.2. Innsamling av skriftlig intervjumateriale

I tillegg til, eller i stedet for, direkte og muntlige intervjuer, kan man i kvalitative studier også produsere datamateriale ved å be informantene om å ytre seg skriftlig. Som ved alle andre metodiske grep, har også valg av skriftlige data både sine fordeler og sine ulemper. En av fordelene er at man frigjøres fra transkriberingsarbeidet. Samtidig betyr dette at dataene man analyserer, er mer pålitelige og valide fordi de ikke er blitt underkastet inngrep fra forskerens side i transkriberingsprosessen.²⁷

En annen fordel er at informantene kan svare når de selv har tid, og skriftlig datamateriale er ofte mer gjennomtenkt og dermed ”riktigere” enn muntlige ytringer. Nettopp fordi tiden til refleksjon har vært lengre og fordi skriftlige ytringer kan korrigeres før man avleverer dem, kan man i følge Gentikow anta at slike data gjengir informantens oppfatninger av fenomenet på en mer korrekt måte.²⁸

En av de viktigste ulempene ved skriftlig datainnsamling er at skriftlige intervjuer bare i liten grad kan klare å skape den tette, dialogiske kontakten mellom forsker og informant. Uten en slik dialog, med oppfølging av spørsmålene, blir datamaterialet nødvendigvis mindre detaljrikt. Her gjelder det å følge opp informanten individuelt for å fremme produksjonen av et rikt datamateriale til tross for skriftlighetens begrensninger.²⁹

2.2.1. E-postintervjuer

Gentikow skriver i sin bok at e-post og andre utsagn fra nettkommunikasjon ser ut til å være velegnet til å få folk i tale. De tilbyr en spontan og muntlig form for skriftlighet som er blitt svært populær, og ikke minst yngre, medievante mennesker som kan være fåmælte i muntlige intervjusituasjoner, er ofte både villige og flinke til å uttale seg ved hjelp av e-post.³⁰ Dette passer godt i forhold til de som er aktuelle å intervjuer for meg. De er i høyeste grad medievante, og vil nok ikke ha noen problemer med å uttale seg via e-post. Men e-post er uansett kommunikasjon uten direkte kontakt. Den gir ikke anledning til å oppfatte kroppslige uttrykk, pauser, trykk, inn- og utpust, smil, latter, rastløshet og misnøye, som ellers er sentrale elementer i ikke-verbal kommunikasjon. Det betyr at det er sider ved kommunikasjon over e-post som skiller den noe fra personlige intervju, der

²⁷ Gentikow 2005: 96

²⁸ ibid

²⁹ Op.cit: 97

³⁰ Op.cit: 96

partene sitter overfor hverandre. Visse sider gjør det nærliggende å sammenligne med tradisjonell brevskrivning. Men alle aktive e-postbrukere vet at både formen og skrive-måten avviker fra den man finner i tradisjonelle brev. I tillegg skjer kommunikasjonen hyppigere enn ved papirbrev. Derfor er det rimelig å regne e-postintervjuet som en egen kommunikasjonsform, men med innslag av tradisjonelle former.³¹

Å skape tillit mellom partene i intervjuet framheves som meget sentralt, ettersom tillit er grunnlaget for å få tilgang til gode data. Kommunikasjonen over nettet er utelukkende skriftlig. Man må derfor bruke ord eller eventuelt bilder for å skape den tryggheten som gjør at samtalen fungerer bra. En kritisk innvending er at dette er et forenklet syn på skriftlig materiale eller data. E-postkommunikasjon gir et mer mangfoldig datasett enn bare ordene, blant annet gjennom hvordan svarene skrives, hvor kjapt det svares etcetera.³² Dette må tas med i betraktningen når man skal analysere det materialet man får.

2.3. Avgrensning av empirisk felt

I denne oppgaven vil jeg ta for meg NRKs flermediale satsning, eksemplifisert gjennom *Urørt*-konseptet. Jeg vil altså ikke ta for meg TV2 eller P4 i noen særlig grad, blant annet fordi de er hybridkanaler som ikke er lisensfinansierte. De regnes som hybridkanaler, ettersom de både har konsesjonsforpliktelser og private eiere som har et uttalt mål om mest mulig profitt. Dette gjør at de driver på en annen måte, og publikum stiller med andre forventninger til disse kanalene. NRK har en annen posisjon i mediemarkedet, og møter også større krav til at de oppfyller sine konsesjonsforpliktelser ettersom vi alle er med på å betale for programproduksjonen.

En annen faktor som gjør det naturlig å konsentrere seg om NRK, er at TV2s konsesjon snart løper ut, og sannsynligvis vil det ikke bli utlyst ny konsesjon.³³ TV2 har signalisert at de vil gå over til å være betal-TV, og dermed sitter man igjen med bare NRK som man kan stille til ansvar for sitt allmennkringkastingsoppdrag.

Det som skiller programmene i de hel- og halvkommerielle kanalene fra det en finner i NRK, går ikke så mye på enkeltprogram som på det totale programtilbudet. Å

³¹ Ryen 2002:253

³² Op.cit:257-258 + 261

³³ Se mer om TV2 som betal-TV i kapittel 5.0

basere det vesentlige av sendetida på importerte, amerikanske eller amerikansk-inspirerte serier og spillefilmer ville være umulig for NRK.³⁴

Mediepolitikken har åpnet for at det norske folk kan motta et stort antall kanaler, de fleste med et nokså snevert programtilbud, men samlet sett med stor bredde. Mens NRKs begrensede tilbud lenge styrte lytterne og etter hvert seerne i retning av et informasjons- og kulturtungt tilbud, blir det nå opp til den enkelte å sette sammen sin egen meny.³⁵ I en slik situasjon er det interessant å se på hvordan NRK takler konkurrentene, og hva de gjør for å ivareta sin sterke posisjon.

2.4. Sammenlikningsgrunnlag

NRK har også tidligere hatt en programpost hvor ukjente artister kunne sende inn demoer, nemlig *P1 Demo* i programmet *Kveldsåpent*. Programposten startet opp i september 2001 og foregikk i likhet med *Urørt* på flere plattformer: Internett og radio. Musikkredaksjonen i P1 oppfordret musikalske talenter til å sende inn sine bidrag til dem, og hver torsdag plukket de ut en låt som ble spilt og vurdert i det nevnte P1-programmet *Kveldsåpent*. I tillegg ble artistene grundig presentert på det de hevdet var Norges største musikkportal: nrk.no/musikk. På nettsiden kunne alle høre sangen som hadde blitt ukens P1-demo.³⁶ Prosjektet fikk god respons, og Øyvind Haram i P1s musikkredaksjon kunne fortelle at de fikk inn all slags musikk. Av den grunn samarbeidet de med musikkredaksjonen i P3, slik at hvis de mente at et bidrag passet bedre i P3s talentopplegg *Urørt*, fikk også de høre låten.³⁷

Jeg kommer ikke til å gå noe særlig inn på P1s tidlige prosjekt, utover å nevne det her. Men det er viktig å være klar over at det har eksistert, og at det har vært et visst samarbeid mellom P1 og P3, i det minste om hvilke låter som passet til hvilken publikumsgruppe. Det er greit å ha i bakhodet at det ikke bare er på ungdomskanalen P3 at man har testet ut demokonkurranser, men også på den ”folkelige” kanalen P1.

Dersom vi ser til Sverige, finner vi også et eksempel på en demokonkurranse. Den svenske ungdomskanalen P3 Rockster startet nylig opp et slikt prosjekt, kalt ”Månadens Demo”. På P3 Rocksters nettsider presenteres konkurransen på følgende måte:

³⁴ Halse og Østbye 2003:268

³⁵ ibid

³⁶ Haram 2001

³⁷ Fordal 2002

Har du ett rockband? Eller kanskje kör du solo? Nu startar P3 Rocksters alldeles egna demo tävling! I slutet på varje månad drar vi en grupp/artist som får sin låt spelad här på P3 Rockster i en hel månad!³⁸

Svensk P3 har også et annet beslektet program, *P3 Lab*, som beskrives slik:

P3 Lab är det program i P3 som spelar osignad musik. I P3 Lab hörs också ny svensk musik från små etiketter. Olika genrer och olika stilar. Allt presenterat och satt i sammanhang av Pelle Gustafsson. P3 Lab sänds i P3 varje torsdag mellan 22.03 - 23.00.³⁹

Her ser vi altså at de har et konsept som minner om NRKs *Urørt*, men det svenske programmet har fått mye mindre sendeflate enn de syv timene *Urørt* disponerer på P3. P3 Labs nettside ser ut til å ha litt av det samme mandatet som *Urørt*. Man kan velge å høre på de sangene som er mest lyttet til, de nyeste låtene og så videre. I tillegg har man muligheten til å sette sammen sin egen *P3 Lab-mix* som man kan høre på og eventuelt sende til venner etcetera. Da benyttes "streaming", ikke nedlasting. I det svenske konseptet kan ikke artistene laste opp låtene selv, demoer må sendes inn til redaksjonen per post.

Hvis vi ser mer generelt på nettsider der brukerne står for mye av innholdet er listen nesten uendelig lang. Her vil jeg bare komme kort inn på et lite utvalg, som det er naturlig for *Urørt* å sammenligne seg med. Den globale aktøren MySpace har en enorm mengde brukere, i dag er den på over 100 millioner brukerkontoer.⁴⁰ Denne siden ble opprettet i 2003, altså en god stund etter at *Urørt* ble påbegynt. Også på MySpace kan alle band legge ut musikken sin for lytting eller nedlasting. En av forskjellene er at her ligger både veldig kjente band og helt ferske band, fra de aller største stjernene til anonyme amatører. Det er dessuten færre her som har åpnet for at man kan laste ned sangene deres. Spesielt de som allerede er kjent fra før har lagt sangene tilgjengelig utelukkende for lytting, ikke nedlasting.

Last.fm er en nettside som blir stadig mer kjent, og som øker svært hurtig i popularitet.⁴¹ På denne nettsiden kan du oppgi hvilken musikk du liker, og så finner

³⁸ P3 Rockster 2008

³⁹ P3 Lab 2008

⁴⁰ Myspace

⁴¹ Last.fm

tjenesten lignende musikk for deg. Hvis du registrerer deg, kan du også høre på musikken dine registrerte "Last.fm-venner" har hørt på. "Historikken" deres, det vil si mer eller mindre all musikk man har lagret på pc-en sin, legges ut i en spilleliste. Denne spillelisten kan man altså lytte på via "streaming" (ikke nedlasting, det ville skapt store rettighetsproblemer). Nylig inngikk dessuten Last.fm en avtale med de fire store, globale plateselskapene Universal Music Group, Sony BMG Music Entertainment, Warner Music Group og EMI Group. Til sammen kontrollerer disse selskapene 70 prosent av all musikk som gis ut globalt. Last.fm må betale store summer for rettighetene til å streame musikken fra disse gigantene, men dette prøver de å ta inn med reklame. I tillegg skal de lenke rett fra nettsiden til iTunes og Amazon, der du kan kjøpe musikken du hører på.⁴²

Et annet eksempel hvor brukerne spiller en hovedrolle er Flickr, der brukerne kan laste opp bilder og få tilbakemeldinger, tips og kommentarer, både av teknisk og mer sosial art, på bildene.⁴³ Micromusic.net fungerer litt på samme måte som *Urørt*, men uten tilhørende radio- eller TV-program.⁴⁴ Avslutningsvis nevner jeg YouTube som etter hvert er velkjent, her kan man laste opp videosnutter av nær sagt hva som helst, og også her er kommentarfunksjonen flittig i bruk.⁴⁵

Inn i denne rekken av nettsider som baserer seg på bidrag fra brukerne, føyer altså NRKs *Urørt* seg inn. NRK har gjort *Urørt* til mye mer enn en nettside, men i bunn ligger hele tiden bidraget fra artistene. Hele konseptet er bygd på dette materialet. Jeg kommer ikke til å foreta noen sammenlignende analyse av konseptene nevnt ovenfor, de vil i stedet fungere mer som en kontekstuell ramme, som gjør det lettere å forstå hvordan *Urørt* fungerer. I denne nye mediehverdagen går informasjonen ikke lenger ovenfra og ned, men utvikles som en stadig mer avansert "samtale" brukerne imellom. Den nye medievirkelighetens sterkeste side er bred deltakelse, sterkt engasjement og fremveksten av mange alternative informasjonskilder og andre tjenester, enten det er for nyheter, annen info, hobbyer, musikk eller annet.

⁴² Neset 2008a

⁴³ Flickr

⁴⁴ Micromusic

⁴⁵ YouTube

3.0 Teori – Allmennkringkasting

NRK er landets eneste offentlig eide lisensfinansierte allmennkringkaster, noe som gjør at institusjonen står i en særegen posisjon. Men hva innebærer det egentlig å være en allmennkringkaster? I dette kapittelet presenteres fenomenet allmennkringkasting, og allmennkringkastingsoppdraget, som er denne oppgavens teoretiske perspektiv. Allmennkringkasting er et komplekst begrep som har vært, og fortsatt er, i endring. Dette skyldes endringer i teknologi, kultur, holdninger blant befolkningen, samt politiske vedtak.

I analysen vil jeg diskutere hvordan en utvidelse av NRKs virksomhet til flere plattformer eventuelt kan forsvares gjennom konsesjonsforpliktelsene. Denne tilnærmingen plasserer analysen i en vid definisjon av kringkastingspolitikkstudier: "the analysis of how different social forces, constraints and interests interrelate to promote changes in broadcasting policy and structures".⁴⁶

Tilnærmingen kan by på enkelte problem. To av de viktigste er at mengden informasjon angående ulike aktørers innvirkning kan virke overveldende og forvirrende, og dessuten er det vanskelig å forholde seg til et felt i rask utvikling. Det første problemet vil jeg løse ved å gå i dybden på utviklingen av et konkret programkonsept, *Urørt*.

Det andre problemet, at feltet endrer seg, angår i høy grad denne oppgaven. Utviklingen av flermediale konsepter, med vekt på Internett, er eksplosiv, og det kommer noe nytt nesten hver dag. Jeg har valgt å se på utviklingen av *Urørt* fra det startet for omtrent ni år siden og frem til i dag. Hovedfokuset mitt blir utviklingen av samspillet mellom flere plattformer, et samspill som *Urørt* etablerte flere år tidligere enn mange store, kommersielle aktører. At NRK var så tidlig ute gjør emnet interessant selv om utviklingen fortsatt pågår. Så vidt meg bekjent har ingen skrevet om NRK *Urørts* historiske utvikling, og dermed vil oppgaven i hvert fall kunne gi en bakgrunn og et grunnlag for eventuell videre forskning rundt relaterte emner.

⁴⁶ Syvertsen 1992:12 i følge Moe 2003:14

3.1. Allmennkringkastingsoppdraget

I dette avsnittet vil jeg gjøre rede for hva som ligger i begrepet allmennkringkasteroppdrag. Ettersom det meste NRK foretar seg må ha relevans for samfunnsoppdraget, er det viktig at jeg har klart for meg hva det innebærer, når jeg senere skal analysere *Urørt*.

Selv om NRKs oppdrag som allmennkringkaster ikke ble ført inn i loven før i 1992, var ideene bak utviklet over lang tid: Telegrafstyret pekte for eksempel på kringkastingen som et offentlig gode allerede i 1923. På 1990-tallet ble *allmennkringkasting* den foretrukne norske oversettelsen av den engelske termen *public service broadcasting*. Vi kan skille mellom tre ulike betydninger av begrepet: For det første forståelsen av *public service* som et offentlig eller kollektivt gode. Tekniske forhold er avgjørende i denne tolkningen: Hele nasjonen skal ha lik tilgang til godet. Den andre betydningen av *public service* er i ”offentlighetens tjeneste”. Her fokuseres det på innhold: I tråd med massemedienes rolle i forhold til demokratiet, skal allmennkringkastingen være en arena for offentlig debatt og meningsytringer. For det tredje kommer betydningen som oversetter *public* med ”publikum”. Også her blir innholdet det avgjørende, men kringkasting i ”offentlighetens tjeneste” blir til ”i publikums tjeneste”.⁴⁷

Allmennkringkastingsrådet kom i 1997 fram til fem hovedkriterier for allmennkringkastingen i Norge. Disse er i korthet:

1. Sendingene skal kunne mottas av hele befolkningen.
2. Sendingene skal inneholde en variert meny med program for så vel brede som smale publikumsgrupper, herunder barn og unge, den samiske befolkningsgruppe, etniske og andre minoriteter.
3. Det skal være daglige nyhetssendinger og solid, løpende orientering om viktige samfunns- og kulturspørsmål, nasjonalt og internasjonalt.
4. Programmene skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur.
5. Allmennkringkastingskanalene skal ha redaksjonell selvstendighet og leve opp til andre medieetiske idealer.⁴⁸

Disse kriteriene gir et grunnlag for de mediepolitiske mål som ligger bak allmennkringkastingen. Noe av det som oppleves som viktigst for NRK som institusjon, er at de skal forsøke å ha kvalitet i alle ledd. Jostein Gripsrud (2002) skriver i sin bok *Mediekultur, Mediesamfunn* at allmennkringkasterne skal formidle elementær samfunnsinformasjon til

⁴⁷ Moe 2003:35-36

⁴⁸ Sitert i Gripsrud 1999a:282 i følge Moe: 2003:38

publikum, og bidra til dannelsen av en nasjonal identitet. Vel så viktig er en mest mulig objektiv nyhetsformidling, og en mest mulig solid og kvalitetsbevisst formidling av allmenn opplysning, diskusjoner, kunst og underholdning.⁴⁹

De to sistnevnte kategoriene, kunst og underholdning, er spesielt relevante for denne oppgaven, ettersom musikk gjerne kommer inn under disse betegnelse. *Urørt* er et konsept som baserer seg på musikk fra brukerne. Uten musikk ville ikke *Urørt* eksistert på den måten det gjør i dag. I tillegg arrangerer *Urørt* konserter med artistene i musikkbasen, og konserter kan defineres både som underholdning og som kunstnerisk utfoldelse. Det er viktig at redaksjonen finner støtte i allmennkringkastingskriteriene for å drive med disse tingene.

I kriterium nummer to fra allmennkringkasterrådet, slås det fast at allmennkringkastere skal ha en variert meny for barn og unge. Den svenske medieforskeren Michael Forsman har i sin bok *Från klubbrum till medielabyrint* (2000) skrevet om ungdomsprogrammer i radio og TV. I boken påpeker han at ungdomsprogrammer ikke bare har fungert som en service for en aldersmessig, og i senere år mer livsstilsavgrenset publikumsgruppe. Programmene har også bidratt til å skape oppmerksomhet og åpenhet rundt ungdom som en sosial og kulturell kategori. I følge Forsman kan programmene rettet mot unge til og med sies å ha betydning for hvordan ungdommer i vårt samfunn oppdras.⁵⁰ Som en del av fritidssfæren og moderniteten kan etermediene ses på som en sosialiseringfaktor, skriver han videre. Gjennom sin programvirksomhet bidrar de til den samfunnsmessige symbolproduksjonen rundt "ungdom".⁵¹

Videre er det viktig for NRK å ha en viss representativitet i befolkningen. Alle som har informasjon av offentlig interesse, skal i prinsippet ha en mulighet til å bli representert hos NRK. Gripsrud beskriver det på denne måten: "allmennkringkasterne skal levere programmer som både interesserer brede publikumsgrupper og samtidig tar hensyn til minoritetenes behov."⁵² NRK P3 er en ungdomskanal, og dermed må de tilrettelegge innholdet sitt til denne målgruppen. Men ungdom er en sammensatt gruppe, og overfører vi representativitetstanken til NRK *Urørt*, kan man blant annet argumentere

⁴⁹ Gripsrud 2002 [1999]:285

⁵⁰ Forsman 2000: 15

⁵¹ ibid

⁵² Gripsrud 2002 [1999]:285

for at de må spille et mangfold av musikk. Dette gjelder også de sjangrene som bare et mindretall ønsker å høre. Når det gjelder konkret hvilke konsesjonsforpliktelser som er relevante for denne oppgaven, vil jeg nå gå nærmere inn på dette i avsnittet som følger.

3.1.1. Konsesjonsforpliktelser

Niende november 2007 la regjeringen frem en stortingsmelding om *NRK-plakaten*. Her er de overordnede kravene til det tilbudet NRK skal gi som allmennkringkaster nedfelt. Den reflekterer de krav og forventninger Kultur- og Kirkedepartementet (KKD) stiller til NRK, og danner grunnlaget for hvordan Stortinget og regjeringen skal styre NRKs samfunnsoppdrag. I denne forbindelse sa kulturminister Trond Giske følgende:

I lys av utviklinga på kringkastingsfeltet har det oppstått eit behov for ein grundig gjennomgang av dei pliktene NRK har som allmennkringkastar. Gjeldande NRK-vedtekter er først og fremst konsentrert om den tradisjonelle programverksemda i NRK, men reflekterer ikkje teknologi- og marknadsutviklinga på mediefeltet på ein fullgod måte. NRK-plakaten vil gjelde heile NRK sitt allmennkringkastingstilbud, også tenester på nye medieplattformer. Dette er viktig mellom anna med tanke på den digitale framtida som NRK skal operere i.⁵³

Plakaten lister opp fem hovedkrav: NRK skal understøtte og styrke demokratiet, være allment og gratis tilgjengelig, styrke norsk språk, identitet og kultur, etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskapning, og være et ikke-kommersielt allmennkringkastingstilbud. Giske mener at NRKs rolle som allmennkringkaster vil bli enda viktigere fremover, fordi det store kommersielle tilbudet ikke nødvendigvis fører til større mangfold. ”Det blir som med isselgerne på stranden som stiller seg side om side på midten for å favne et størst mulig publikum”, sa han til magasinet *Kampanje*.⁵⁴

Flere av punktene som er listet opp i plakaten er relevante for min problemstilling, allerede i punkt 1 a) finner vi denne formuleringen: ”NRKs samlede allmennkringkastingstilbud skal ha som formål å oppfylle demokratiske, *sosiale og kulturelle behov i samfunnet*” (min kursivering).⁵⁵ Musikk, som *Urørt* er basert på, sorterer under kulturelle behov, og det kan argumenteres for at konseptet også har relevans for demokratiske og sosiale behov, ettersom det er åpent og gratis å benytte seg av for alle.

⁵³ Pressemelding, Kultur- og Kirkedepartementet 2007

⁵⁴ Hjellemo 2007

⁵⁵ NRK-plakaten samt NRKs vedtekter er lagt ved oppgaven.

I punkt 2 d) heter det at: ”Selskapet skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest mulig ut med sitt samlede programtilbud.” Det er av stor betydning at satsningen på ”alle viktige medieplattformer” er nedfelt i plakaten, ettersom nettsatsningen lenge var preget av nøling. Det spesifiseres riktignok ikke *hva* som er viktige plattformer, og slik sett vil det alltid være et definisjonsspørsmål hva som regnes inn i dette punktet.

Videre står det i punkt 3 g) at ”NRK skal formidle og produsere norsk musikk og drama”. I dette punktet understrekes det også at minst 35 % av musikken som spilles skal være norsk. Her kommer *Urørt* inn som en viktig innholdsleverandør av norsk musikk.

Et annet interessant aspekt finner vi under punkt 5, som handler om at NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt. I underpunkt c) heter det at ”NRK kan ha reklame på Internett”, men det presiseres at dette ikke gjelder for nettsider som har barn som målgruppe. Det er kanskje derfor *Urørt*-sidene ikke har reklame?⁵⁶

Når det gjelder målgruppen barn og unge finner vi et relevant punkt i nr 4 e): ”NRKs samlede tilbud skal appellere til alle aldersgrupper”. Videre ser vi at det i vedtektene, i § 3-5 e), er presisert på denne måten: ”NRKs samlede riksdekkende programtilbud skal både i radio som fjernsyn i det minste inneholde: Jevnlige norskspråklige programmer for unge.” I tillegg ser man i NRKs årsrapporter at de har et visst fokus på barn og ungdom etter som nettopp dette (”Barn og ungdom”) er overskriften på et fast avsnitt i de årlige rapportene. I dette avsnittet dukker *Urørt* opp flere ganger i løpet av de årene konseptet har eksistert.⁵⁷ Jeg vil komme tilbake til en diskusjon av hvorvidt *Urørt* har fokus på disse konsesjonsforpliktelsene senere i oppgaven.

3.2. Samfunnsoppdraget på Internett – en gylden sjanse?

Et av de viktigste aspektene ved Internettkommunikasjon er, som Stephen Coleman påpeker i sin artikkel ”From Service to Commons: Re-inventing a space for Public Communication” (2004), muligheten for direkte tilbakemelding og kommunikasjon. Allmennkringkastere begynte å eksperimentere med ”feedback” fra publikum allerede på slutten av 1900-tallet, for eksempel gjennom radioprogrammer hvor publikum kunne

⁵⁶ Nylig (mai 2008) var det innslag av reklame også på *Urørt*, så det er mulig at de nå eksperimenterer med å tillate reklame på disse sidene også. Har spurt flere om dette, men ikke fått noe godt svar.

⁵⁷ Se for eksempel *NRK i 2004*.

ringe inn og svare på spørsmål eller si sin mening. Men her var det helt klart at innringeren var gjest hos kringkasteren, han eller hun deltok på institusjonens premisser og måtte følge deres regler. På Internett derimot, er noen av disse tradisjonelle skillene mellom avsender og mottaker visket ut.⁵⁸

Dette fremheves også i artikkelen “Internett, demokratisk forum eller markeds- plass?” (1997) hvor Terje Rasmussen ble intervjuet. I artikkelen påpekte Rasmussen at ”nettet” har potensial til å være en viktig kanal for offentlig debatt.⁵⁹ Artikkelen er faktisk over ti år gammel, men dette er en holdning som fortsatt gjør seg gjeldende, om enn med ulike forbehold. Rasmussen mente at netteknologien kan gi større muligheter for mer direkte deltakelse fra de tradisjonelle medienes publikum, ved at man kan skrive inn tilbakemeldinger, poste egne bidrag (enten det er tekst, lyd eller bilde), diskutere emner med andre publikummere og programskaperne, delta i avstemninger og lignende.

Coleman er delvis enig i dette, og i sin nevnte tekst fra 2004 trekker han en parallell til europeerne på 1920-tallet. Han hevder at de forstod at allmennkringkastings- organisasjonene var svært viktige dersom det da nye mediet, radioen, skulle kunne bidra til en fruktbar deltakelse i offentligheten. Coleman mener at det i dag på samme måte er viktig at en del av nettet brukes til et nytt allmennkringkastingsinitiativ. Han hevder at det er behov for et offentlig støttet, uavhengig styrt online offentlig rom. Dette ansvaret ønsker han at allmennkringkasterne skal påta seg, og dermed ha en mulighet til å innta en enda viktigere rolle i det tjuende århundret enn det de hadde i det nittende.⁶⁰

Hilde Van den Bulck har skrevet om digitalisering og kringkasterne, blant annet i artikkelen ”Old Ideas Meet New Technologies: Will Digitalisation Save Public Service Broadcasting (Ideals) from Commercial Death?” (2007). I denne slår hun fast at digitalisering nå har blitt et så stort emne at det har dominert diskusjonene om de statlige allmennkringkasterne de siste årene. I artikkelen går hun inn på og beskriver noen av de vanligste posisjonene som de ulike aktørene inntar i forhold til allmennkringkastingens fremtid.

Den første posisjonen kaller Van den Bulck ”Alt er legitimt-modellen”. Her finner man de som mener at alt allmennkringkasterne foretar seg er legitimt, ”så lenge det tjener

⁵⁸ Coleman 2004: 93

⁵⁹ Mærli 1997

⁶⁰ Coleman 2004:103-106

utøvelsen av mandatet på måter som er effektive og relevante for det offentlige”. I denne posisjonen finner man tilhengere av ”Public Service Media”- tanken, altså det at man kaller det *allmennmedia* i stedet for *allmennkringkasting*, ettersom institusjonen ikke lenger driver bare med kringkasting. Disse mener at allmennkringkasterne skal fortsette å teste ut det digitale potensialet, og til og med ta føringen innen digital konvergens. Dermed kan de omfatte et videre spekter av plattformer, for slik å oppfylle sitt mandat.⁶¹

Den andre holdningen Van den Bulck tar opp, kaller hun ”Slitasje-modellen”. De som inntar denne holdningen regner bare en liten del av utvalgte tjenester og plattformer som legitimt for fremtidens allmennkringkasting. Denne holdningen inntas gjerne av kommersielle konkurrenter, som mener at allmennkringkasting ikke skal gå inn i den digitale og interaktive medieverden. Dette skal overlates til markedet, hevder de.⁶²

Den tredje og siste modellen døper Van den Bulck ”avleggs- eller foreldet-modellen”. For tilhengere av denne modellen er tilbud og etterspørsel, samt profittmotiver med på å gjøre statlig innblanding, blant annet i form av støtte til allmennkringkasterne overflødig og til og med uønsket.⁶³

Van den Bulck selv mener at det fortsatt finnes en trang til å ha noen felles referansepunkter og møtesteder for felles opplevelser. Allmennkringkasterne kan være med på å fylle noe av dette behovet for sosial og kulturell ”sement” hevder hun. Dette synspunktet vil jeg komme tilbake til senere i teksten.

Den britiske medieforskeren Graham Murdock har jobbet med spørsmålene rundt allmennkringkasting og Internetteknologiens muligheter i flere år. Han står også for et av de mer optimistiske synspunktene på allmennkringkastingens framtid, og hevder at det er først nå mulighetene for et fullverdig ”kringkastingssideal” kan gjennomføres. I sin artikkel ”Building the digital commons. Public broadcasting in the age of the Internet” skriver Murdock (2005) at fjernsynsdebatten de siste 20 årene har vært preget av et stadig voksende hylekor. Disse higer etter å legge ned allmennkringkastingsinstitusjonene, til fordel for et fullt ut kommersielt kommunikasjonsmiljø. Argumentasjonen for dette er at allmennkringkastingsinstitusjonene og deres tilhørende regler og reguleringer ble laget i en tid hvor det var knapt om godene. I dagens moderne mediesamfunn derimot har man

⁶¹ Van den Bulck 2007:32

⁶² Op.cit:32-33

⁶³ Op.cit:33

en helt annen situasjon, med blant annet en overflod av kanaler.⁶⁴ Vi ser at dette ”hylekoret” føyer seg inn i Van den Bulcks klassifisering nummer tre, de som mener at institusjonene er avleggs. Murdock derimot, er helt imot å sette sluttstrek for ”public service”-organisasjonene, og i sin artikkel forsøker han å vise at pessimismen på allmennkringkasternes vegne er misforstått og feilplassert.

En forutsetning for at man skal kunne benytte seg av mulighetene som finnes, er imidlertid at vi ”gjenoppfinner” det offentlige domene. Man må forlate sitt velkjente analoge ”kart”, og skissere opp et nytt, digitalt kart. Murdock mener at vi må slutte å se på kringkastingsinstitusjonene som isolerte organisasjoner, og i stedet se dem som en av de viktigste pådriverne i et fremvoksende nettverk av offentlige og sivile initiativer. Dette nettverket kan skape nye kommunikasjonskontakter og koblinger, og utgjøre en slags digital allmenning, det han i sin artikkel kaller ”Digital Commons”. Han ser videre for seg allmennkringkastingen som et sentralt knutepunkt i denne digitale allmenningen. På den måten vil institusjonene stå bedre rustet til å stå imot det kraftige presset fra de som hevder at de har utspilt sin rolle og derfor ønsker å legge dem ned.⁶⁵

3.2.1. Kringkasting av musikk på Internett og via satellitt

Musikk har en viktig kulturell rolle, ettersom den er med på å konstruere en identitet for både grupper og individer i det moderne samfunnet. Tim Wall skriver blant annet om kringkasting av musikk via Internett, og i artikkelen ”The political economy of Internet music radio” (2004) skisserer han hovedkarakteristikkene ved denne utviklingen. Som jeg også nevner i kapittel 1.1, legger Wall vekt på at musikken er noe av det viktigste med all radio.⁶⁶ Han mener at dette faktum altfor ofte ignoreres, at man i stedet konsentrerer seg utelukkende om informasjon, politisk debatt og tilgang til mediet, når man skal vurdere om et medium er et bidrag til offentlige goder.

Når det gjelder musikk på Internett skriver han at Internett-radio er relativt billig å komme i gang med, oppstartskostnaden for en nettradio er bare 3 % av den samme kostnaden for en radio kringkastet på eteren. Imidlertid er de løpende kostnadene tre

⁶⁴ Murdock 2005:213

⁶⁵ Op.cit:214

⁶⁶ Wall 2004:29-30

ganger høyere for en nettradio enn for en tradisjonell "eter-radio".⁶⁷ Grunnen til dette er at for en radiostasjon kringkastet over eteren koster det lite å øke antall lyttere, i hvert fall på steder med høy befolkningstetthet. På Internett er derimot situasjonen en annen, her koster hver ny lytter like mye, enhver må forsynes samtidig med en individuell "lydstrøm".⁶⁸ Dermed er kostnadene per lytter ganske høye, også fordi nettradio eller tjenesten må bygges slik at den tåler pågangen uten på bli treg, hakkete eller i verste fall at den bryter sammen.

Her har NRK *Urørt* en fordel siden de har en stor og ressurssterk organisasjon som NRK i ryggen. Nettutvikler for *Urørt*, Morten Skogly, kan fortelle at de legger en del ressurser ned i nettsidene (som er hvor du finner musikken) når de jobber med nye versjoner. Mellom nye versjoner blir det mest vedlikehold, Skogly skriver at mellom 2005 og til de startet arbeidet med den nye versjonen i 2007, "gjorde vi bare småflikking".⁶⁹ Per i dag er det ganske mange i P3 som bare jobber med usignert musikk. I tillegg har altså *Urørt* sitt eget radioshow og nettsider dedikert kun til nye, norske band som få har hørt om. Med dette i bakhodet, stiller Skogly seg tvilende til at noen andre enn NRK kunne håndtert *Urørt*-konseptet slik det gjøres nå.⁷⁰

Urørts nettradio kan vel ikke helt karakteriseres som en typisk nettradio, ettersom kanalen "P3 *Urørt*" kun sender musikk, her finner vi ikke platepratere mellom sangene. Likevel er mye av det Wall skriver om relevant også for *Urørt*, siden han skriver en del generelt om musikk på nettsider og musikkbaser på nett, og vi vil komme litt tilbake til hans synspunkter senere i teksten.

Jeg vil også nevne kort en annen artikkel her, nemlig "XM Reinvents Radio's Future" av Garth Alper. Denne artikkelen er publisert i *Popular Music and Society*, og handler om hvordan en satellittradiostasjon, XM, har gjort sitt inntog på radiomarkedet i USA. Denne stasjonen sender via to satellitter, hvor den ene kalles Rock og den andre Roll. Via disse kringkaster XM mer enn 120 kanaler, og av disse er hele 67 viet til musikk. De fleste av kanalene er spesialiserte, det vil si at de satser på en sjanger eller

⁶⁷ Op.cit: 38

⁶⁸ ibid

⁶⁹ Skogly, e-post 2008

⁷⁰ ibid

undersjanger av en type musikk.⁷¹ Programlederne for hvert program plukker selv ut låter, bestemmer rekkefølge, velger hvilke temaer de skal snakke om og så videre. Det er med andre ord ikke formatering slik vi etter hvert kjenner det fra FM-kanalene. Initiativtakerne bak XM mener at FM-radioene har ødelagt for seg selv ved å bare formatere etter publikumsundersøkelser og -målinger. Dette har ført til en forflatning av programmer og musikkprofiler, mener de, og det har medført at alt har blitt for likt og for dårlig.⁷²

Som artikkelforfatteren påpeker, er ikke XM radio de eneste som sprer store mengder musikk, det finnes mange tjenester på nett hvor man kan finne musikk til I-poden eller Mp3-spilleren. I tillegg finnes det mange musikk-tjenester som er tilgjengelig gjennom kabel- eller satellitt-TV. Men det finnes viktige forskjeller mellom XM og disse andre tjenestene. En av de store fordelene med XM radio, skriver Alper, er gleden av å bli introdusert til ny musikk av noen som forstår hvorfor den musikken fungerer på akkurat den kanalen. Lytteren kan forvente å høre noe han eller hun aldri har hørt før, men innen de musikalske preferansene til den spesifikke kanalen. Spesielt i kommersielle kanaler er musikken valgt ut på bakgrunn av markedshensyn. Man finner få programledere i kommersiell radio som kan ta den type kunstneriske avgjørelser som blir gjort på mange av XM's kanaler.⁷³

Her kan vi trekke noen linjer til *Urørt*, som i den delen av konseptet som sendes på radio, har programledere som inn- og utannonserer artistene grundig, samt at de intervjuer noen av artistene på direkten. Programlederen samarbeider med redaksjonen om å plukke ut låter slik at det skal fungere i *Urørts* ramme, det er ikke et automatisert formateringsprogram som for eksempel Selector som står for denne jobben.⁷⁴

3.2.2. Begrensinger ved Internett

Graham Murdock er, som vi har sett, begeistret for de nye teknologiske mulighetene, men han gjør det likevel klart at Internett per dags dato har noen store problemer. Han peker på tre klare begrensinger, nemlig *tilgang* eller *eksklusjon*, *fragmentering* og *kommersialisering*. Det er selvfølgelig noen som ikke har tilgang til nett, rett og slett

⁷¹ Alper 2006: 507

⁷² Op.cit: 516

⁷³ Op.cit: 517

⁷⁴ Les mer om Selector i Schultz 2005:43-46

fordi datamaskiner og nettilkobling er relativt kostbart. Mange steder rundt om i verden er det heller ikke bygget ut nettverk for tilkobling. Alder og utdanning har også noe å si for hvor tilgjengelig Internett er, ikke alle har kompetanse til å bruke nettet.

Et annet problem er den økende fragmenteringen. Oppdelingen av emne- og interesseområder i mindre og mer spesialiserte segmenter, er en utvikling som gjenspeiler den vi finner også på andre medieområder som fjernsyn, radio, aviser og magasiner. Skeptikerne peker på at den totale publiseringsfriheten på Internett gir et stort informasjonstilfang, både av tekst, lyd og bilder. Risikoen for å drukne i strie informasjonsstrømmer er betydelig for ”nettsurfere”. Kvaliteten på det man finner, kan det også være så som så med. På den bakgrunn foreslo Terje Rasmussen, i den tidligere nevnte artikkelen, “Internett, demokratisk forum eller markeds plass?”, å etablere egne kvalitetssikrede områder på Internett:

Her kan etterrettelig informasjon, litteratur og læremidler legges ut etter at innholdet er blitt vurdert redaksjonelt. Dette blir som en allmennkringkasting på nettet, på linje med vårt velkjente NRK. Det sikrer kvaliteten, og slike positive sanksjoner kan drive nettet i en positiv retning.⁷⁵

Dersom NRK velger en slik tilnærming kan det åpne for nye måter å utføre sine konsesjonsforpliktelser på. Hvordan de har gjort det foreløpig på sine nettsider vil jeg komme tilbake til senere i oppgaven, gjennom en diskusjon av konseptet *Urørt*.

Det kan også være greit å være klar over at noen, som for eksempel postmodernisten Alan McKee (2005), ikke er enig i at fragmenteringen er noe å bekymre seg nevneverdig over, blant annet fordi fragmenteringen kan bety at grupper som tidligere ikke hadde adgang til offentligheten nå får det. McKee hevder dessuten at offentligheten alltid har vært fragmentert, teknologien gjør bare fragmenteringen mer synlig og åpenbar.⁷⁶

Murdock peker videre på at også Internett, i likhet med de fleste områdene av den kulturelle industrien, har blitt et enormt marked for næringslivet. Vi har sett en utvikling hvor store multimediebedrifter fusjonerer og blir stadig større, med et mål om å redefinere Internett til en kjempestor markeds plass på deres premisser. Da vil det være

⁷⁵ Mærli 1997

⁷⁶ McKee 2005:142-144

vanskeligere for ikke-kommersielle aktører å klare seg. Murdock advarer mot denne kommersialiseringen, og han mener at dersom man kan bruke reklamefrie allmennkringkastere som en slags inngangsport, kan det kanskje motvirke litt av problemet. Han hevder også at det finnes flere mektige motkrefter til kommersialiseringen. Vi ser for eksempel at offentlige institusjoner som biblioteker, museer, gallerier og skoler tar i bruk nettet på nye måter, uten at profitt er målet. Dette ut fra en tankegang om at offentlige goder bør være gratis, og som først med netteknologien kan få en større utstrekning.⁷⁷

Her finner vi et godt eksempel i Bergen. Her har Musikkavdelingen ved Bergens offentlige Bibliotek opprettet en egen profil på *Myspace.com*, hvor de ønsker å samle artister og grupper fra Bergen. Disse bandene har de også lagt i en egen database på nettbiblioteket.⁷⁸ Dette gjør de etter eget utsagn fordi de ”ønsker å ta vare på og dokumentere det lokale musikklivet innen alle sjangere, også den musikken som bare finnes på Internett”.⁷⁹

En annen viktig motkraft til kommersialiseringen er de mange nettverkene hvor brukerne står for innholdet, og hvor alle kan legge til, kommentere eller kanskje til og med redigere innholdet. Alle har samme rett til å bidra.⁸⁰ Noen av disse nettverkene nevnes kort i kapittel 2.4, i sammenligningsgrunnlaget for oppgaven.

NRK.no står som lisensfinansiert allmennkringkaster i en særstilling i forhold til kommersialisering. NRK har nemlig fått tillatelse til å ha reklame nettsidene, noe de er alene om å tillate blant de skandinaviske allmennkringkasterne.⁸¹ Siden NRK er lisensfinansiert, er det problematisk å bruke lisenspenger på noe som også er delvis reklamefinansiert, slik som nettsidene deres. Her pågår det fortsatt diskusjoner om hvordan man skal skille de ulike plattformene, og hvilke penger som skal brukes til hva.

NRK på sin side hevder at reklameinntektene på nett er en absolutt nødvendighet for å kunne satse på utvikling av nye og gode nettjenester, som ofte er svært kostbare. Man kan se problemet ettersom NRK satser på å tilby innholdstjenester gratis, noe som gjør det til en utfordring å få så god kvalitet publikum forventer. NRKs konkurrenter tar penger for sine tjenester, og har dermed muligheten til å satse mer. Et eksempel, i hvert

⁷⁷ Murdock 2005:223-224

⁷⁸ Musikkavdelingen ved Bergen Off. Bibliotek 2006-2008

⁷⁹ Nettbiblioteket 2008

⁸⁰ Murdock 2005:225

⁸¹ Inntil 2007 hadde NRK også reklame på tekst-TV, men dette er nå forbudt.

fall inntil nylig, er at TV2s nett-TV *Sumo* jevnt over har holdt bedre kvalitet og vært mer stabil enn NRKs nett-TV-tjeneste. En av NRKs medieutviklere, Eirik Solheim, forklarte i et intervju i programmet *Superstreng* på Kanal24 årsaken til den lave kvaliteten. Han sa da at den dårlige kvaliteten på tjenesten blant annet hang sammen med at NRKs eiere (staten) hadde vært veldig uklare i forhold til hvor mye som skulle satses på nett. Men etter at stortingsmelding nr. 30, *Kringkasting i en digital Fremtid*, ble lagt frem, fikk NRK et mye klarere mandat fra politikerne til å satse stort på nett. Nå er en rekke tjenester under utvikling, deriblant et mer stødig nett-TV-tilbud, i følge Solheim.⁸²

Debatten rundt NRKs reklamesatsning på Internett er omfattende og pågår i høyeste grad fortsatt. Det er en interessant debatt, og man kan jo spekulere i hvordan de andre skandinaviske allmennkringkasterne klarer å komme opp med et godt nettilbud uten reklame, når NRK etter sigende ikke kunne klart det. Dessuten tar NRK på sett og vis betalt for netjtjenestene gjennom lisensen. Men denne debatten er for vid til å gå inn på i denne oppgaven, derfor nøyer jeg meg med å konstatere at spørsmålet engasjerer bredt.

⁸² *Superstreng* nr.98 2008

4.0 NRKs stilling i det norske mediemarkedet

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for NRKs posisjon i det norske markedet, og Internettets stilling i Norge. Videre presenterer jeg kort dagens nettilbud fra NRK, og kommer inn på hvorfor en nettsatsning regnes som viktig for allmennkringkasterne.

4.1. NRKs posisjon

NRK var – i europeisk sammenheng – sent ute med å bygge ut flere kanaler. Det norske kringkastingsmonopolet ble gradvis avviklet fra 1981 til 1993. I denne perioden gikk kringkasting fra å være en regulert, offentlig virksomhet til å bli en industri.⁸³ De fleste europeiske allmennkringkasterkanalene har forsøkt å finne en balanse mellom kommersialisme og reindyrking av programtyper som utgjør kjernen for allmennkringkasteroppdraget. Deler av programflaten er kommersialisert, men det satses også på egenproduserte program av høy kvalitet innenfor populære sjangrer. I andre deler av programflaten, utenom beste sendetid og ofte i egne kanaler som for eksempel NRK 2 og NRK 3, sendes så kultur og informasjonsprogram.⁸⁴

I oppstarten av NRK var statens engasjement i kringkastingsvirksomheten dels knyttet til innholdet i programmene, dels til å sikre at sendingene skulle nå ut til hele landet i tråd med likhetsprinsippet. Målet for virksomheten skulle verken være publikumsmaksimering eller profittmaksimering, men at programmene skulle bidra til folkeopplysning og kulturspredning til hele den norske befolkningen. Staten skulle ha overordnet ansvar for kringkastingsvirksomheten, men ikke blande seg i konkrete programspørsmål. Staten sørger også for finansiering av virksomheten gjennom fastsettelse av lisensavgift.⁸⁵

BBC-versjonen av allmennkringkasting hadde et preg av å skulle spre elitekulturen til massene. Kulturbegrepet som ble lagt til grunn i NRK, var alt fra starten mer pluralistisk, og dette har utviklet seg videre. Selv om høykulturen alltid har vær

⁸³ Syvertsen 1997: 13

⁸⁴ Halse og Østbye 2003:263-264

⁸⁵ ibid

sikret en viktig plass i NRK, har det også vært rom for den vanlige mann og kvinne og deres kulturytringer.⁸⁶

Med flere kanaler er det blitt lettere for NRK å sikre stor bredde i programvirksomheten totalt sett. Det har vært diskutert om breddekravet skal gjelde for NRKs samlede radio- og TV-tilbud, eller om det skal gjelde spesifikt for hver kanal.⁸⁷ Allmennkringkastingsrådet var på begynnelsen av det nye årtusenet kritisk til den ensidige musikkdominansen i P3. Etter hvert ble denne kritikken noe mer neddempet, kanskje delvis fordi kanaldifferensieringa er blitt mer akseptert, men kanskje også fordi P3 er blitt noe breiere i sitt programinnhold og mer variert i presentasjonsform.⁸⁸

Det at debatten nå gjelder flere kanaler, har ført til en litt mer begrenset interesse for å diskutere NRK og allmennkringkasting. Det er ikke så mange som stiller NRK til ansvar for å opprettholde sine allmennkringkastingsforpliktelser. Men på et felt kan vi se endringer, det er tegn på at det blir lagt større vekt på økonomien. Det stilles større krav til egen inntjening, noe som har ført til at NRK har blitt mer opptatt av å få sponsorer til programmene og å selge produkter i tilknytning til programmene. Reklame var tillatt på tekst-TV og på NRKs nettsider, men er nå blitt forbudt for tekst-TV.⁸⁹

Tilliten til NRK ser ut til å være relativt høy i befolkningen. Det kan virke som om mange er skeptiske til å overlate det ekspanderende mediemarkedet helt og holdent til kommersielle aktører.⁹⁰ Forklaringen på denne motviljen mot å slippe løs markeds-kreftene kan vi kanskje finne i behovet for de oppgavene som allmennkringkasterne er ment å oppfylle. Mange nordmenn har historisk sett hatt et inntrykk av at NRK står for troverdighet og kvalitet. I en undersøkelse fra 2007 om hvilke norske medier nordmenn har størst tillit til, kom NRK best ut, med Aftenposten hakk i hæl. Undersøkelsen ble gjort på oppdrag fra ukeavisen *Mandag Morgen*, og de konkluderer med at tiltroen til NRK er høy i hele befolkningen.⁹¹ De rent kommersielle kanalene, som for eksempel TV3 eller noen av de utenlandske kanalene man kan se via satellitt eller kabel, nyter kanskje ikke fullt ut av den samme velviljen fra publikum. En mulig grunn til det er

⁸⁶ ibid

⁸⁷ Allmennkringkastingsrådet 2001:5 i følge Halse og Østbye 2003:266

⁸⁸ Halse og Østbye. 2003:266

⁸⁹ Op.cit:266-267

⁹⁰ Henriksen 2007

⁹¹ ibid

nettopp NRKs sterke posisjon, men vel så avgjørende er det kanskje at en kanal som TV3 for eksempel forbindes hovedsakelig med reklame.

Når det digitale bakkenettet for fjernsyn er på plass, og det analoge slukkes, er det dessuten sannsynlig at NRK blir stående igjen som den eneste allmennkringkasteren. I et intervju i *Kampanje* sa kulturminister Trond Giske at å dele ut nye konsesjoner etter at TV2s utløper på tampen av 2009, vil være uaktuelt. Det kan derimot komme på tale å knytte andre fordeler til det å påta seg allmennkringkastingsforpliktelser, for eksempel gjennom å fordele visse store arrangementer til kanaler som påtar seg allmennkringkasterforpliktelser.⁹² Konsernsjef i TV2, Alf Hildrum, uttaler til Bergens Tidende at de fortsatt ønsker å være en allmennkringkaster etter 2009, men at for å klare det vil de sannsynligvis begynne å ta seg betalt.⁹³ I en slik situasjon er det rimelig å tro at debatten om NRK, og deres forpliktelser som eneste gjenværende ikke-kommersielle allmennkringkaster, vil blusse opp igjen.

4.2. Internettets stilling i det norske mediemarkedet

Internett, som en gang ble omtalt som en "flopp" av en lite treffsikker mann, har formelig eksplodert, og det selvfølgelig spesielt i vestlige, velstående land som Norge.⁹⁴ Det store vendepunktet kom rundt 1981, da IBM lanserte sin PC – den personlige computer. Den store og hurtige utbredelsen av PC og Mac (lansert i 1984 av Apple) la grunnlaget for nye muligheter, og man begynte raskt arbeidet med hvordan de kunne knyttes sammen. Når også *world wide web* og nettlesere ble tilgjengelig for alminnelige databrukere, begynte bruken av Internett å eskalere for alvor i første halvdel av 1990-årene.⁹⁵ Internett-tilgangen og nettløsningene blir hele tiden bedre og mer brukervennlige, og i 2006 hadde 75 % av husholdningene i Norge PC hjemme. Hele to av tre brukte PC hver hverdag.⁹⁶ I de to følgende årene har økningen bare fortsatt.

Avisene i Norge lanserte sine egne elektroniske nettutgaver i siste halvdel av 1990-årene. NRK begynte å prøve seg på nett i februar 1995, gjennom P2s radioprogram

⁹² Hjellemo 2007

⁹³ Mjør 2007

⁹⁴ Osvold 1996

⁹⁵ Bastiansen og Dahl 2000: 507-508

⁹⁶ SSB: 2006a

Radionettet som handlet om Internett og nye medier. Parallelt med radiosendingene ble det lagt ut programstoff og annen informasjon på nett.

Samme år utredet NRK sin strategi for Internett i en omfattende rapport, forfattet av Rolf Branderud og Tom Ottmar. I rapporten, titulert *NRK Interaktiv – Din personlige kanal*, het det at Internett ikke bare var et relevant og viktig medium for NRKs virksomhet. Internett kunne dessuten bidra til å fornye allmennkringkasteroppdraget ved å gjøre norsk kulturtradisjon tilgjengelig der. NRK kunne utforske det demokratiske potensialet i de interaktive mediene, samt skape grunnlag for nye inntekter.⁹⁷ Som utslag av denne rapporten ble NRK Interaktiv etablert som prosjekt i februar 1996. Året etter ble NRK Interaktiv en regulær avdeling i NRK, og i 1999 hadde avdelingen vokst til 17 ansatte, med både journalister og utviklere. Samtidig fikk nettsidene et mer helhetlig design, basert på ”magasiner” for ulike temaområder.⁹⁸

Det tok imidlertid en stund før nettsidene ble en prioritet, og mye av grunnen til dette var at NRK fulgte en defensiv anbefaling fra Den europeiske kringkastingsunionen (EBU) i 1996. Den gikk ut på at EBU-medlemmene burde følge nettutviklingen, men uten å investere mye penger i det. Det førte til at NRK i begynnelsen nøyde seg med å befeste sin posisjon ved å formidle sin produksjon av nyheter og underholdning via nye medier. Nye medier ble benyttet til å markedsføre og øke verdien av allerede eksisterende produksjon i radio og TV.⁹⁹ Men fra rundt år 2000 endret NRK gradvis linje, og gikk for en mye mer ambisiøs satsning på NRK.no. Jeg vil komme tilbake til NRKs nettilbud i avsnitt 4.4.

4.3. Kringkastere på web

For allmennkringkasterne er begrunnelsen for å ta Internett i bruk mer komplisert enn for de kommersielle kringkasterne.¹⁰⁰ Alle allmennkringkastere mener i dag at man må være offensive i forhold til nye medier, men med mange ulike begrunnelser.

En begrunnelse er at man må være til stede i nye medier for å beholde sin dominerende rolle. En annen er at nye medier kan bidra til å åpne organisasjonen, og slippe publikum til med sine synspunkter og deltakelse på programtilbudet. Formålet er

⁹⁷ Sommerseth 1999:42 i følge Rasmussen 2006:155

⁹⁸ Rasmussen 2006:155-156

⁹⁹ Op.cit:173

¹⁰⁰ Syvertsen 1999:203 i følge Rasmussen 2006:58

ofte å knytte sterkere kontakt med publikum, blant annet for at publikum skal få økt innflytelse som borgere og forbrukere.¹⁰¹

Kringkastingsselskaper som CNN, NRK og BBC har store fordeler som leverandører av informasjon og nyheter på web. Ikke bare har de et innarbeidet navn som gjerne er forbundet med grundig og uavhengig informasjon, de kan også markedsføre nettilbudet for sitt tallrike TV- og radiopublikum. For selskaper med en samlet flermedial nyhetsredaksjon, som NRK Nyheter, er kostnadene ved å benytte enda en kanal relativt beskjedne. Jo flere plattformer man kan fordele sin verdiskapende virksomhet på, desto større publikum og – for mange aktørers del – større reklameinntekter.¹⁰²

Satsningen til kringkastingsselskaper med såkalt allmennkringkastingsansvar er likevel langt mer variabel enn de kommersielles satsning. Ulike lands allmennkringkastere har staket ut vidt forskjellige strategier, om de har noen, ut fra ulikt syn på eget mandat og på mediesituasjonen i fremtiden. Ideen om allmennkringkasting står fremdeles sterkt, både i de enkelte land og i EU. Men innhold i betegnelsen forskyves, ikke minst som følge av digitale medier.

Allmennkringkastere skal henvende seg til publikum som borgere (og ikke bare som forbrukere), de skal henvende seg til alle (med både brede og smale tilbud) og de skal etterstrebe kvalitet (ut fra egne profesjonelle kriterier). Bruken av Internett lar seg pent innpasse i idealet om publikums deltakelse og involvering i virksomheten. Mens befolkningens bruk av Internett er brukt som argument for at publikummet fragmenteres, kan man også si at Internett kan bidra til at publikum trekkes mer med i programvirksomheten. Dette er også argumentet en rekke allmennkringkastinger benytter for å underbygge sin satsning på nettet. Fordypningssider på nett, blogger og diskusjonsgrupper knyttet til programserier kan sies å skape engasjement og større publikumsmedvirkning. Nettet kan med nokså lave kostnader gjøre at man kommer nærmere publikum, og at selve programproduksjonen blir mer åpen. Men det er selvsagt ikke alltid det fungerer optimalt. Nettet kan også benyttes til å simulere en slik inkludering av publikum.¹⁰³

¹⁰¹ Enli 2006 i følge Rasmussen 2006:58

¹⁰² Rasmussen 2006:154

¹⁰³ Op.cit:154-155

Når det gjelder allmennkringkasternes netjtjenester har man flere vurderingskriterier, som ofte kolliderer. EU er klare på at de bruker rene konkurransepolitiske vurderinger. Det innebærer at kringkasternes nettsider kun skal fungere i en supplerende rolle, som støtte for radio- og fjernsynsprogrammer. Norge berøres av dette synet gjennom EØS-avtalen, og i EU-direktivet *Television without Frontiers* defineres TV som en tjeneste. Dermed ser EU på statsstøtte til en medieorganisasjon som driver med fjernsyn (blant annet), som ulovlig, ettersom det hindrer like markedsforhold. NRKs ”redning” er et unntak fra regelen, tjenester av allmenn økonomisk interesse unntas fra forbudet. NRK som allmennkringkaster kommer altså inn under dette unntaket.

Organisasjonen er likevel i en presset situasjon, og må hele tiden vise at de klarer å henge med, derfor er det viktig at de satser offensivt videre. Hans-Tore Bjerkaas overtok i slutten av mars 2007 etter John G. Bernander som øverste sjef i kringkastingsorganisasjonen. I den forbindelse uttalte han at NRKs Internettposisjon skal styrkes kraftig framover.¹⁰⁴ Daværende kringkastingssjef Bernander uttalte også følgende til *Kampanje*:

Vi omorganiserer virksomheten i NRK slik at alle redaksjonelle miljøer får levert betydelige stoffmengder også til nettet. I praksis betyr det at alle NRK-journalister blir flermediale i den forstand at de produserer både for radio, TV og Internett. Det har de ikke vært før.¹⁰⁵

Det kom også en ny kulturmelding i 2007, *Kringkasting i en digital fremtid*, som har høye ambisjoner på NRKs vegne.¹⁰⁶ Denne meldingens overordnede tema er hvordan allmennkringkastingspolitikken bør tilpasses det nye mediebildet. Departementet vil også fokusere på hvilken rolle NRK bør fylle som en offentlig eid, ikke-kommersiell kringkaster.¹⁰⁷ Innholdet i meldingen kommer jeg litt mer inn på i kapittel 4.5.1.

4.4. Dagens NRK-tilbud på Internett - NRK.no

I NRK synes det nesten som om debatten om hvorvidt allmennkringkasteroppdraget skal gjelde på Internett ikke har vært så sentral. Diskusjonen dreide seg heller om ambisjons-

¹⁰⁴ Hauger og Hjellemo 2007

¹⁰⁵ ibid

¹⁰⁶ Aftenposten, leder 2007

¹⁰⁷ Kultur- og Kirkedep. 2007: 7-8

og investeringsnivået i kringkasternes Internettilbud.¹⁰⁸ Man spurte seg om Internett burde anses som verdiøker for kringkasternes TV- og radiokanaler, eller som en selvstendig hovedkanal på linje med de andre kanalene. Det hevdes at NRKs web, slik den fremsto i 1999, var preget av å være en sekundær tilleggsaktivitet med for lite innhold, og ikke minst for lite samordnet og oppdatert innhold. Etter en del medarbeideres mening var det for mange mennesker involvert og for lite samordning av en sentral redaksjon. Resultatet ble en ”dvask og uspennende web”, som en av medarbeiderne uttrykte det.¹⁰⁹ En av grunnene var at NRK lenge fulgte en defensiv anbefaling fra EBU.¹¹⁰

Mye av det vi finner på NRKs nettsted har tilknytning til deres ordinære radio- og fjernsynstilbud. Dette omfatter blant annet programoversikter og tilleggsinformasjon tilknyttet en mengde radio- og TV-programmer. I tillegg gis det tilgang til mange av programmene som sendes i ordinært radio og fjernsyn, gjennom nett-TV og nettradio, samt podkaster. Dessuten produserer NRKs nyhetsredaksjon også for nett, og NRKs forside er dominert av nyheter, både de mer tradisjonelle typene og nyheter innen underholdning, kultur og så videre. Det aller meste av det NRK legger ut på Internett er gratis tilgjengelig for publikum.¹¹¹

I løpet av 2007 hadde NRK klart å etablere nettstedet som et av de mest leste innen nyheter og underholdning i Norge. I november samme år hadde NRK.no for første gang over en million unike brukere. Nettsjef i NRK, Bjarne Andre Myklebust, uttalte da til nettavisen *Journalisten* at det var satsingen på nett i form av nye portaler for nyheter, vær og spill, sammen med ny og enklere navigering for nett-TV, som hadde skapt den store økningen.¹¹²

Våren 2007 tok NRK enda et skritt i nettutviklingen da de startet opp en nettside kalt *NRKbeta*. Skaperne bak siden beskriver den på følgende måte:

¹⁰⁸ Sommersest 1999:85 i følge Rasmussen 2006:158

¹⁰⁹ *ibid*

¹¹⁰ Rasmussen 2006:173

¹¹¹ Kultur- og Kirke-dep. 2007: 103

¹¹² Løwe 2007

NRKbeta er NRKs sandkasse for utprøving av ny teknologi og nye distribusjonsmetoder. Nettstedet er bygget opp rundt en blogg med teknologistoff og annet spennende for den delen av publikum som er over middels interessert i media, duppeditter, bits, bytes, programmering, foto, video, mediesentre og andre viktige ting her i livet.

Denne siden er altså en slags blogg, og fungerer også som et offentlig laboratorium og møteplass for utviklere og brukere. Redaksjonen bak *NRKbeta* er noen av NRKs medieutviklere. Nylig gjorde de et forsøk med å legge ut Lars Monsens program *Nordkalotten 365* som nedlasting i bittorrent.¹¹³ Det ble en kjempesuksess – og i slutten av mars 2008 hadde nærmere 100 000 episoder blitt lastet ned. Bittorrent er en teknologi som er mest beryktet for å benyttes av såkalte ”pirater” som deler musikk- og filmfiler. Av den grunn skapte det ekstra mye oppmerksomhet at en statlig allmennkringkaster brukte teknologien. I denne forbindelse ble en av initiativtakerne bak siden, Eirik Solheim, intervjuet av det tyske nyhetsprogrammet *Tagesschau*. Der sa han blant annet at ”the only way to control your content is to be the best provider of it”. Denne uttalelsen har nå blitt døpt *NRKbeta doktrinen*.¹¹⁴

Viktigheten av denne doktrinen henger sammen med både likhetstanken i allmennkringkasteroppdraget og den har også relevans for nettnøytralitetsprinsippet. Dersom NRK klarer å tilby gratis nedlasting av programmer i en tjeneste som er god nok til å være konkurransedyktig sammenliknet med de som tar seg betalt for liknende tjenester, er det en seier for likhetstanken. Når en tjeneste er gratis og brukervennlig kan alle i prinsippet bruke den, om man derimot må betale for tjenesten er de ikke alle som har råd eller ønsker å ta seg råd, og det oppstår skiller.

NRKbeta-doktrinen kan også sies å ha relevans for *Urørt*. Dersom konseptet deres skal fungere, må det komme godt ut av konkurransen med andre aktører, og være en god aktør på det den driver med, nemlig ny, norsk musikk. Det nytter ikke å henge etter i utviklingen, da vil brukerne finne nye steder å presentere musikken sin på.

¹¹³ *BitTorrent* er en nedlastningsteknologi hvor du deltar i å dele innholdet du laster ned med andre samtidig som du selv laster ned. Slik sparer leverandøren av filen båndbredde.

¹¹⁴ Solstad 2008

4.4.1. Podkasting

NRK tilbyr også såkalt ”podkasting” på sine sider, det vil si nedlasting av radio-programmer i mp3-format som publikum kan overføre til for eksempel mp3-spillere. Bredden i dette tilbudet er imidlertid fortsatt noe begrenset. Dette har sammenheng med at NRK ikke kan tilby musikk som nedlastings-tjeneste på grunn av manglende rettighets-klarering.¹¹⁵ Spørsmålet om rettigheter er komplisert, og flere land jobber med å finne tilfredsstillende løsninger på dette.

Den aller første podkasten fra NRK bestod av musikk fra *Urørt*, og den ble lansert i april 2005, som en såkalt betaversjon.¹¹⁶ Slik kunne NRK teste ut interessen for podkast og samtidig unngå rettighetsproblemene, ettersom *Urørt*-podkasten består av musikk fra usignerte band som lar NRK spre musikken deres gratis.¹¹⁷ NRK bestemte seg snart for å satse videre på denne teknologien, og i september 2005 ble P2-programmet *Kurér* tilgjengeliggjort som det første podkast-tilbudet uten musikk.¹¹⁸ Midt i november samme år ble ytterligere 15 programmer lagt ut.

Urørt fortsatte også å jobbe med sin podkast, og i oktober 2005 kom de med i det populære musikkarkiv- og avspillingsprogrammet *Itunes* sin podkastkatalog. Her gikk de raskt til topps på listen over Norges mest populære podkaster.¹¹⁹ Når jeg sjekker *Itunes*-lista nå, er *Urørt* fortsatt høyt oppe på listen. Under kategorien ”Musikk” ligger de i dag (25.05.2008) på andreplass over dagens mest populære podkaster.

Sveriges radio var litt tidligere ute enn NRK med å teste ut podkasting av aktualitetsprogrammer, de begynte allerede i juni 2005.¹²⁰ Prosjektet ble raskt en suksess, og det at svenskene var så raske med å trykke ”podradio” til sine bryst, fungerte nok også som en ekstra motivasjon for NRKs innsats på området. Da NRK lanserte sin tjeneste fikk de svært god respons fra brukerne. Allerede i desember 2005, bare fire måneder etter at det første podradiotilbudet ble lagt ut, hadde de 14 000 abonnenter og 66 000 enkeltnedlastinger av programmer.¹²¹ I 2007 økte NRK tilbudet av podkaster kraftig, og

¹¹⁵ Kultur- og Kirke-dep. 2007:104

¹¹⁶ En betatjeneste er ikke ferdig utviklet, men kan lanseres enten internt eller åpent for alle som en prøve-versjon. Slik kan utviklerne dra nytte av tilbakemeldinger om evt. feil eller mangler fra testbrukerne.

¹¹⁷ Ryvarden 2005

¹¹⁸ Årsrapporten *NRK i 2007*:69

¹¹⁹ Skogly 2005

¹²⁰ Ernes 2005a

¹²¹ Ernes 2005b

hele 60 av NRKs faste radioprogrammer var gratis tilgjengelig for nedlasting. I tillegg hadde man begynt med videopodkaster, og her var utvalget på åtte stk. NRK konkluderer i årsrapporten fra 2007 med at tilbudet har blitt svært populært.

4.5. Hvorfor er en nettsatsning viktig?

En diskusjon som har vært omfattende og langvarig, er diskusjonen om hvorvidt kringkasternes nettilbud skal omfattes av allmennkringkastingsforpliktelsene eller ikke. Å utnytte forskjellige teknologiske plattformer er av mange vurdert som en naturlig forlengelse av tanken om å nå ulike grupper og tilby dem kvalitetsinnhold. Kringkasterne betrakter seg stort sett som garantister for kvalitet, ikke bare i eteren, men også på Internett – dersom de får muligheten.¹²² For NRK er det altså nylig (2007) avgjort at nett skal være omfattet av allmennkringkastingsoppdraget.

En av grunnene til at allmennkringkastingsmandatet bør omfatte nett, er at en tilstedeværelse på Internett organisatorisk sett kan bidra til en mer eksperimenterende, åpen og mangfoldig institusjon. I konvergensens tid ønsker folk som arbeider med å publisere med lyd, tekst, grafikk og video, å utforske dem i nye kombinasjoner, altså multimedier.¹²³

I forlengelsen av denne teknologiske utviklingen må NRK være klar for å forsvare at de fortsatt er lisensfinansiert. De konkurrerer med kommersielle kanaler om publikums oppmerksomhet, og påvirkes derfor også av strukturene disse andre kanalene jobber under. NRK opererer riktignok litt på siden av mange økonomiske faktorer, siden de er finansiert gjennom lisensen. Likevel må de forsøke å opprettholde en viss publikumsoppslutning, nettopp for å legitimere lisensfinansieringen.

Uansett markedsandeler er det sentralt for NRK å være, og å bli oppfattet som en viktig institusjon. Allmennkringkastingsselskaper er forpliktet til å prøve å komme i bedre kontakt med sitt publikum, bli lettere tilgjengelige og fremme kommunikasjon med publikum, spesielt nye grupper. Kort sagt, de skal spre sin informasjon og underholdning best mulig. Alt dette tilsier satsing også på Internett.¹²⁴

¹²² Rasmussen 2006:172

¹²³ Op.cit:171

¹²⁴ Op.cit:175

Flere medievitere har pekt på at en allmennkringkaster som NRK har en gylden mulighet til å utvide sitt potensial i det som betegnes som ”digitaliseringens tidsalder”, forutsatt at nettet tas i bruk på en konstruktiv måte.¹²⁵ Et av ankepunktene mot allmennkringkastingen, historisk sett, har vært at publikum har liten mulighet til å gi tilbakemelding, innspill og respons til de ulike produksjonene som for eksempel NRK tilbyr. Optimistene mener at dette nå kan endres.

Graham Murdock hevdet i 2005 at BBCs nettside er en av de sidene som publikum oppfatter som mest tillitsvekkende, og at det er en av de mest brukte sidene i Europa. Han mener at BBC har nådd denne posisjonen fordi de gjennom netteknologien har utvidet allmennkringkasterens nøkkelfunksjon, nemlig det å sørge for *tilgang* til ulike rettigheter: informasjons-, kunnskaps- og deltagelsesrettigheter. I dagens pressede konkurransesituasjon ser Murdock tendenser til at spesielt kommersielle kanaler ikke bryr seg om disse rettighetene. Han mener at det derfor er viktig at BBC og andre allmennkringkastere tar ansvar og bruker nettsidene sine for å utvide og komplementere disse rettighetene.¹²⁶ Her kan de legge ut utfyllende informasjon om saker som er omtalt enten på fjernsyn, radio eller andre plattformer, og på den måten fylle ut konteksten i forskjellige emner.¹²⁷

Dette er til en viss grad tilfelle i NRKs *Urørt*-prosjekt. Her presenteres låter og band i TV og radio, og så kan de som er interessert gå inn på nettsidene til *Urørt* og finne ut mer om bandet eller artisten, eventuelt høre flere sanger fra den omtalte eller andre og så videre.

4.5.1. Kringkasting i en digital fremtid – KKDs syn på NRK.no

I stortingsmelding nr. 30, *Kringkasting i en digital fremtid* (2006-2007), påpeker departementet at forrige gang Stortinget drøftet NRKs virksomhet på bred basis var i 2000. NRKs tilbud på nye medieplattformer som Internett og mobiltelefon har stort sett vokst fram etter dette, og har dermed i praksis aldri vært gjenstand for politisk behandling i Stortinget. Dagens NRK-tilbud på de nye medieplattformene kan derfor sies å være et resultat av selskapets egne prioriteringer, mer enn en konsekvens av politiske

¹²⁵ Bl.a. Graham Murdoch 2005:213 og Stephen Coleman 2004:103

¹²⁶ Murdock 2005:222

¹²⁷ Op.cit:226

styringssignaler eller vedtak. Den kulturpolitiske betydning nye medietjenester etter hvert hadde fått, tilsa at tiden var moden for en grundig politisk debatt om NRKs aktiviteter på dette feltet.¹²⁸

Departementets utgangspunkt i meldingen var at NRK bør ta sikte på å være en attraktiv og betydningsfull medieaktør også på nye medieplattformer. For å bevare sin relevans, særlig for de yngre deler av publikum, må NRK derfor satse ressurser på å utvikle attraktive nettbaserte medietilbud. Allmennkringkastingsoppdraget til NRK bør derfor også omfatte nye medietjenester.¹²⁹

I meldingen understreker departementet at det etter deres syn er nødvendig at NRK gis mulighet til å videreutvikle sitt allmennkringkastingstilbud og tilpasse dette til den nye medievirkeligheten. NRK skal ta i bruk de nye medieplattformene og utvikle nye tjenester som appellerer til alle grupper i befolkningen. De peker på tre forhold som gjør dette viktig: For det *første* bruker en voksende del av befolkningen stadig mer tid på Internett. Dersom NRK skulle bli avskåret fra å utvikle en attraktiv tilstedeværelse på Internett, er det en fare for at NRK på sikt vil bli marginalisert i publikums bevissthet.

For det *andre* gir Internett en mulighet til supplerende distribusjon av radio- og fjernsynsprogrammer. Ved å gjøre programmer tilgjengelige for individuell nedlastning øker publikums bruk av tjenestene. Derved får publikum mer igjen for kringkastingsavgiften. I tillegg representerer Internett en mulighet for å supplere og utdype programmene med redaksjonelt tilleggsstoff.

For det *tredje* er det viktig at det også på de nye plattformene finnes aktører som baserer sin virksomhet på de klassiske allmennkringkasteridealene. Internett er preget av et overveldende mangfold av innhold. Da er det viktig at en allmennkringkaster som NRK har en synlig tilstedeværelse. NRK skal basere sin virksomhet på grunnleggende verdier som redaksjonell integritet, høy kvalitet og uavhengighet fra kommersiell påvirkning. Dette må også gjelde NRKs nettilbud, skriver departementet i meldingen.¹³⁰

I meldingen understrekes det imidlertid at det verken er ønskelig eller mulig å formulere NRKs samfunnsoppdrag for "nye tjenester" på en uttømmende måte. Internett

¹²⁸ Kultur- og Kirkedep. 2007: 99

¹²⁹ Op.cit: 99

¹³⁰ Op.cit:105

er preget av at det nærmest kontinuerlig dukker opp nye innholdsvarianter.¹³¹ Et eksempel er NRKs nye nettsjeneste, ”Hilsen Norge”, der brukerne selv legger ut sine private videoopptak.¹³² Selv om dette er en tjeneste som ligger langt fra tradisjonell kringkasting, vil det være ønskelig at NRK har mulighet for å tilby denne type tjenester som appellerer særlig til de yngre aldersgruppene. Hvilke konkrete nye tjenester som skal kunne tilbys innen allmennkringkastingsoppdraget, må derfor vurderes underveis.¹³³

¹³¹ Op.cit:105

¹³² NRK ”Hilsen Norge”

¹³³ Kultur- og Kirkedep. 2007:106

5.0 NRKs prosjekt *Urørt*

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for utviklingen av programkonseptet *Urørt*, hvordan de har engasjert seg først som en programpost på radio, deretter på nett og senere med eget radioshow. Jeg vil også komme inn på hvordan de har hengt med på den teknologiske utviklingen, og hvordan NRK sentralt har forholdt seg til konseptet.

5.1. Oppstarten – talentkonkurransen på P3

Prosjektet NRK *Urørt* startet allerede i 1999, den gang som en ren demokonkurransen i regi av P3. Kanalen fikk tilsendt rundt 700 demoer fra norske artister og band uten platekontrakt. Sunnmørsbandet Number Seven Deli, gikk seirende ut av konkurransen, og fikk spille inn låten *In the Wrong Arms* på P3s regning. Låten kom deretter inn på spillelistene på NRKs ungdomskanal, og i tillegg var en del av premien fra P3 en spillejobb på neste års musikkbransjetreff, *Bylarm* i Bergen.¹³⁴ *In the Wrong Arms* ble overøst med strålende kritikker, og i 2004 ble Number Seven Deli nominert til Spellemannsprisen som ”årets popgruppe”.¹³⁵

I februar 2000, altså bare en måned før *Bylarm*-festivalen, ble også bandet Katthult plukket ut av P3 til å delta. De ble kåret til ”månedens urørt”, noe som sikret dem plass i programmet til *Bylarm*. Dessuten ble de også A-listet hos P3.¹³⁶ Dette førte snart til stor oppmerksomhet fra aviser, radio og TV. Et par år senere ble gitaristen i Katthult, Bjørn Barstad, intervjuet av NRK i forbindelse med at de hadde blitt nominert til Spellemannsprisen for beste popgruppe i 2002. På spørsmål om hvor viktig *Urørt* og *Bylarm* hadde vært som ledd i Katthults karriere, svarer Barstad følgende: ”*Urørt* har betydd alt for oss. Det var jo det som førte til A-listinga på P3.”¹³⁷

Allerede helt i begynnelsen av prosjektet ser vi at interessen var høy for *Urørt*-konkurransen, og at utbyttet for de som gikk helt til topps opplevdes som stort. Både det å

¹³⁴ Vargel 2000

¹³⁵ Breakwater Records 2006

¹³⁶ Spillelister er lister med låter som skal spilles et visst antall ganger i uka i den formaterte sendetiden. Les mer om P3s spillelister i Schultz 2005:36-40

¹³⁷ Stoveland 2002

bli spilt regelmessig på riksdekkende radio, og å få vist seg fram på et viktig musikkbransjetreff, er premier som for et band er veldig nyttige. Kanskje er det også avgjørende for å vekke bredere interesse og sikre seg en eventuell platekontrakt.

Et interessant poeng er at flere P3-ansatte var tungt involvert i å få i gang musikkbransjetreffet *Bylarm*. I en artikkel i Dagbladet får leserne vite at ideen dukket opp i 1997, da en kameratgjeng satt på et utested i Oslo og diskuterte hvor håpløst det stod til med norsk popmusikk. Nils Heldal, som den gang var kanalsjef i P3, kom med ideen om at de kunne forsøke å lage en norsk versjon av den britiske musikkonferansen *InTheCity*. En annen P3mann, Espen Ohmdahl, foreslo navnet *Bylarm* og dermed var de i gang. Erlend Mogård-Larsen, som senere ble daglig leder for *Bylarm*, var også til stede, og allerede neste dag hadde de booket klubbscener og konferansesenter i Trondheim. I februar 1998 var landets første musikkbransjetreff et faktum.¹³⁸ Med såpass tette bånd til folk i statskanalen, var det nok ganske naturlig at P3 ble en viktig samarbeidspartner for *Bylarm* på mediasiden. Og, som jeg allerede har nevnt, bare to år etter at *Bylarm* startet opp, stod de første *Urørt*-bandene på scenen.

Om man så går litt tilbake til begynnelsen, ser man at *Urørt*konkurransen først bare gikk via radio. På denne tiden måtte artistene dessuten fysisk sende inn demoene. Etter hvert utviklet dette prosjektet seg til å bli mye mer enn en årlig demokonkurranse. Fra og med 2000 ble nemlig NRK langt mer interessert i å utvikle sine muligheter på flere plattformer enn tidligere.

Allmennkringkasterrapporten for år 2000, *NRK i 2000*, ble innledet med at NRK i løpet av året hadde hatt et høyt produksjonsnivå, med nye satsinger og programflater både på TV, i radio og på Internett.¹³⁹ Samme år ble hele NRKs radiotilbud gjort tilgjengelig for hele verden gjennom distribusjon på Internett. Nettradioen ble raskt en stor suksess med ca 10 000 daglige brukere. Man startet dessuten opp en egen nyhets-tjeneste, og nrk.no gikk etter denne lanseringen fra 20. til 11. plass på Gallups web-topp.¹⁴⁰ NRK trappet også opp sin nettsatsning for ungdom. I desember lanserte NRK nettstedet og ungdomsportalen *Upunkt*. Her forsøkte de å samle den beste underholdningen, og det gode kulturstoffet fra ungdomsorienterte kanaler og programmer

¹³⁸ Breen 2002

¹³⁹ Årsmelding år 2000 *NRK i 2000*:2

¹⁴⁰ Op.cit:22

som P3 og mP3, *U*, *Trigger* og *Topp 20*. Mot slutten av 2000 ble også *Urørt* inkludert, som *Upunkts* og P3s demokonkurranse. Ungdomsportalen viste seg hurtig å bli en suksess, og kunne vise til rekordbesøk allerede ett år senere. I sommermånedene i 2001 var *Upunkt* et av få norske nettsteder som kunne vise til økt trafikk, noe som blant annet skyldtes samarbeidet med Quart-festivalen. Også gjennom resten av året hadde nettsidene stabil eller økende trafikk.¹⁴¹

Tanken bak *Urørt* på nett var den samme som når konkurransen gikk utelukkende på radio. Her kunne alle norske band uten platekontrakt få presentere musikken sin, og delta i konkurransen om å skaffe seg både en fullfinansiert promo-CD, og en spillejobb under *Bylarm*. Både Nils Heldal, daværende kanalsjef i P3, musikkprodusent Jørgen Hegstad og nettutvikler Morten Skogly var sentrale i arbeidet med oppstarten av *Urørt*.¹⁴² I følge Hegstad var tanken bak arbeidet da som nå;

å etablere en plattform der norsk undergrunnsmusikk uanhengig av sjanger kan boltre seg, finne likesinnede og bli lyttet til av folk som faktisk kan gi de oppmerksomhet for eksempel i forhold til radiospilling på P3 og Ukens *Urørt*-tittel som igjen kan føre til videre oppmerksomhet, spillejobber etc.¹⁴³

Lanseringen av nettstedet vekket interesse hos musikkskribentene, blant annet hos Norsk Musikkinformasjons nettavis, *Ballade*. I en artikkel beskriver de utførlig hva *Urørt* går ut på og hvordan det er ment å fungere. *Ballade* hevder å være Norges største musikkavis på nett, og en musikkbase som *Urørt* antas derfor å være av stor interesse for deres lesere.¹⁴⁴

Responsen på nettversjonen av *Urørt* var overveldende, og i januar 2001, bare en drøy måned etter at konkurransen ble utlyst, ble vinnerne plukket ut blant 178 innsendte bidrag. Bandet Tennis ble kåret på bakgrunn av stemmer fra brukerne av nettstedet, og Oslostrioen Spoonfool ble plukket ut av musikkprodusentene i P3.¹⁴⁵ Etter at denne kåringen var ferdig, bestemte P3 seg for å videreføre konseptet ettersom responsen hadde vært så bra. *Urørt* ble dermed gjort om til en permanent, nettbasert musikkbase for usignerte norske talenter. På forsiden av denne nye seksjonen fikk man presentert *Urørt* på denne måten:

¹⁴¹ Årsrapport år 2001 *NRK i 2001*:31

¹⁴² Skogly i e-post 2008

¹⁴³ Hegstad i e-post 2008

¹⁴⁴ Skancke-Knutsen 2000

¹⁴⁵ *Urørt*-redaksjonen 2001

Dette stedet er et sted hvor ny norsk musikk presenteres. Ingen unødig innpakning. Ingen sponsorer som skal selge deg et eller annet. Ingen pop-ups og ingen banner. Urørt er musikk – og bare det. Er du ikke interessert i musikk – pell deg vekk – Urørt er intet blivende sted for deg.¹⁴⁶

Det understrekes videre at *Urørt* er et nettsted for de som lager musikk og for de som er interesserte i artister i startfasen.¹⁴⁷

I årsrapporten *NRK i 2001* pekes det på at det blir stadig viktigere at allmennkringkasterbegrepet ikke bare knyttes til den tradisjonelle NRK-aktiviteten, altså radio- og fjernsynstilbudet. NRK ønsker å benytte den digitale teknologien til å sørge for interaktivt innhold: fordypende informasjon, tilleggstenester og brukernes direkte medvirkning i programskapingen. De vil vise at de evner å skape medietilbud for nye generasjoner, brukermønstre og medieplattformer.¹⁴⁸

Her ser vi at NRK inntar en mer offensiv posisjon som aktør på nettet. Tidligere hadde satsningen vært mer preget av nøling og usikkerhet rundt hva man burde satse på. Rapporten fra 2001 er også den første som nevner musikk-satsningen *Urørt*: ”NRK bidrar også hvert år til nyskaping innenfor norsk musikk-liv gjennom å få fram nye band i NRK P3s årlige *Urørt*-konkurranse.”¹⁴⁹ I rapporten understrekes viktigheten av å skape medietilbud for nye generasjoner, brukermønstre og medieplattformer. Da virker det naturlig å fremheve *Urørt*, ettersom konseptet har en ung målgruppe, og fordi de i 2001 allerede var tilstede på en av de nyeste plattformene, Internett. At *Urørt* nevnes i slike offentlige rapporter understreker også at NRK ser på det som et viktig prosjekt som de er interesserte i å vise frem.

Så tidlig som i denne første versjonen fra 2001, hadde *Urørt* en egen nettradio, *Radio Urørt*. Her kunne man velge om man ville høre alle låtene som var lagt ut, eller om man kun ville høre på en bestemt sjanger. Når det gjelder sjangere var *pop* og *rock* dominerende. I slutten av juli 2001 hadde de henholdsvis 69 og 106 låter. Sjangrene med færrest låter var *Rap/Hip Hop* med bare 2 låter og *Trance* som faktisk ikke hadde noen låter lagt ut på dette tidspunktet.¹⁵⁰

¹⁴⁶ Hegstad 2001

¹⁴⁷ *ibid*

¹⁴⁸ Årsrapport år 2001 *NRK i 2001*:48

¹⁴⁹ *Op.cit*:28

¹⁵⁰ Hegstad 2001

5.2. Utviklingen av *Urørt* på nett

Fra og med oppstarten av nettsiden i 2000 og frem til høsten 2002 måtte artistenes demoer sendes inn fysisk til *Upunkt*-redaksjonen på Tyholt. Kvaliteten på lyden ville blitt for dårlig hvis folk skulle laste opp selv, ettersom båndbredden var så lav.¹⁵¹ På Tyholt lyttet musikkprodusentene i P3, med Jørgen Hegstad i spissen, gjennom låtene før de lastet dem opp til nettsidene. I følge nettutvikler i *Urørt*, Morten Skogly, la de ut låter og info om bandene ved å rippe cder og scanne platecover. Han forteller at etter det første året på nett (2000-2001) mistet de den delen av budsjettet som hadde gått til dette. Det virker paradoksalt at NRK satt fokus på *Urørt* i årsrapporten, til tross for at de nylig hadde kuttet i budsjettet, men jeg har ikke forutsetninger for å spekulere i hvorfor dette ble gjort. Kuttet førte i hvert fall til at det i 2001 ble Skoglys jobb å ta seg av opplastingen av låtene. I løpet av dette året ble det mye opp til ham å holde liv i nettsidene. I følge Skogly var det på denne tiden verken mye fokus på nett eller på usignert musikk hos NRK.¹⁵² I takt med den økte interessen for *Urørt* blant brukerne førte denne tungvinte måten å legge ut musikken på til at det ble ”en flaskehals av de sjeldne”. Dette medførte også en del misnøye blant artistene.¹⁵³

Tidligere programleder i *Urørt*, Siri N. Moen, trekker også frem denne tiden, da artister virkelig begynte å oppdage *Urørt*. Det ble til tider så stor pågang av registreringer og opplastinger at ventetida for å bli hørt av redaksjonen ble lang, og redaksjonen hadde liten kapasitet til å gi gode tilbakemeldinger.¹⁵⁴ Gruppeleder for redaksjonen, Henning Severud, forteller at det til tider kunne ligge flere tusen låter og vente på vurdering, og at de mistet den tette kontakten med brukerne.¹⁵⁵ Dette førte til murring blant noen av artistene, og dette danner noe av bakgrunnen for oppstarten av *Uhort.no*, som er en konkurrent til *Urørt*.

Uhort.no startet opp i mars 2003, og har utviklet seg til å bli det de selv omtaler som ”Norges største uavhengige nettverk for undergrunnsartister og uavhengige band”.¹⁵⁶ I følge webmaster for prosjektet, Øystein Holmen, er det unike med *Uhort* at det er

¹⁵¹ Oftedahl 2007

¹⁵² Skogly i e-post 2008

¹⁵³ Hegstad i e-post 2008

¹⁵⁴ Moen i e-post 2008

¹⁵⁵ Severud i e-post 2008

¹⁵⁶ Ballade-redaksjonen 2005

artistene og musikken som står i fokus, og ikke noen redaksjon. Artistene og de andre brukerne på nettsida anmelder hverandres sanger og bidrar med tips og ideer til utvikling av låter og sound.¹⁵⁷ Holmen forklarer videre at de startet *Uhørt* fordi de ville lage en brukerstyrt side der usignerte band kunne legge ut sine egne låter. De ville dessuten at ”grasrota” skulle bestemme, det skulle være fra bunnen og opp, ikke ovenfra og ned.¹⁵⁸

Både pågangen fra artistene og konkurransen fra blant andre *Uhort.no* var nok med på å legge grunnlaget for en videreutvikling av *Urørt*. Man fant for eksempel nye løsninger på opplastingen av låter. I dag gjøres det slik at artistene laster opp låten selv, og låtene blir publisert i det de blir lastet opp. Deretter lytter redaksjonen gjennom dem i et tempo der de slipper å forhaste seg.¹⁵⁹ Det tok imidlertid litt tid før man kom så langt. I mellomtiden utviklet man videre samspillet mellom nett og radio. Fra og med august 2001 fikk man et samarbeid med kultur- og underholdningsprogrammet *Kaliber*. Her presenterte *Kalibers* programleder, Rune Nilson, ”månedens Urørte” hver måned frem til Bylarm i Kristiansand i mars 2002. *Kaliber* rakk å presentere seks band eller artister, og i tillegg plukket P3s musikkprodusenter ut ytterligere fire, slik at det ble til sammen ti som reiste til Bylarm for å konkurrere om å bli ”årets Urørt”. Bergensbandet Ugress stakk av med seieren i Kristiansand, og fikk kort tid etter seieren platekontrakt.¹⁶⁰

En medvirkende årsak til at pågangen hos *Urørt* økte i 2001 kan være at et annet norsk musikknettsted, *Freetrax*, måtte legge ned. *Freetrax* hadde fra starten i 1999 vært et møtested på nettet for artister, musikkelskere og platebransje. Her fikk artister anledning til å legge ut låtene sine digitalt for salg etter å ha vært gjennom en kvalitetssjekk. Oppslutningen rundt *Freetrax* var god, både fra artister og brukere. Da konkurransen likevel var et faktum, kunne markedssjef David Gjester konstatere at oppslutning ikke var nok når det kom til å holde budsjettet:

Vi har over 20 000 registrerte brukere, og en jevn strøm av artister som vil legges ut på sidene våre, noe som er veldig bra, med tanke på at vi ikke har gjort noe reklamevirksomhet. Men i disse harde annonsetider hjelper det bare så lite.¹⁶¹

¹⁵⁷ Ballade-redaksjonen 2005

¹⁵⁸ Hvidsten 2007

¹⁵⁹ Hegstad i e-post 2008

¹⁶⁰ Ruud 2002b

¹⁶¹ Jemtegård mai 2001

På grunn av den enorme databasen med musikk, var *Freetrax* verdsatt til 50 millioner kroner, og flere aktører var interessert i å kjøpe opp firmaet etter konkursen.¹⁶² Det endte med at Telenors wap-portal *Djuice* kjøpte opp firmaet med all musikken.¹⁶³ At *Freetrax* nå ble rettet mer mot mobiltelefon og ikke mot platebransje og musikkelskaper, førte naturlig nok til at mange av artistene som hadde brukt stedet som profileringstjeneste så seg om etter andre muligheter. *Urørt* hadde på dette tidspunkt kommet godt i gang med sin tjeneste, og mange så muligheten for å profilere seg der i stedet.

I 2001 ble Marius Lillelien ny kanalsjef i P3. I anledning ansettelsen, uttalte Lillelien at han ønsket å bruke sin nyervervede sjefsstilling til å gi norsk musikk større selvtillit, og skape større bredde og variasjon. Ambisjonen hans for P3 var at de fortsatt skulle være den viktigste kanalen for ny norsk musikk. Med Lillelien som kanalsjef iverksatte P3 blant annet et nytt prosjekt under *Bylarm 2001*. Det gikk ut på å presentere spesielt utvalgte demoer for et ekspertpanel, for slik å hjelpe frem nytt norsk talent. Ekspertpanelet hørte på musikken og kommenterte og analyserte, med publikum til stede, slik at usignerte band fikk både ris, ros og publisitet.¹⁶⁴

Til tider har kanskje fokuset i P3 på å oppdage nye artister gått på bekostning av å følge opp de som allerede har fått litt oppmerksomhet. Kanalen opplevde i hvert fall å få kritikk for dette, blant annet fra bandet Perculator. Bassist i bandet, Thomas Pettersen, uttalte følgende til musikkmagasinet *Musiq.no*:

Jeg synes NRK P3 har drevet en forholdsvis inkonsekvent oppfølging. I begynnelsen, da vi var ferske, kunne vi få playlistet omtrent hva det skulle være, men når vi nå er blitt mer etablerte er innstillingen blitt en helt annen.¹⁶⁵

Lillelien sa seg delvis enig i kritikken, og innrømmet at de kunne bli flinkere til å ta med oppfølgerne, artistene som fulgte opp en bra debut. Samtidig understreket han at det ikke var noen menneskerett å bli spilt på radio. I utgangspunktet var han likevel enig i at P3 kunne bli bedre på å spille artister også etter at de har blitt oppdaget.¹⁶⁶

¹⁶² Holen 2001a

¹⁶³ Holen 2001b

¹⁶⁴ Jemtegård 2001

¹⁶⁵ ibid

¹⁶⁶ ibid

Den nye kanalsjefen nevnte også at P3 godt kunne tenke seg å samarbeide med andre medieaktører for å skape en bredere musikalsk scene. NRK P3 ønsket altså å komme enda et skritt videre, de ville ikke bare være kulturformidler, men også kulturaktør på egne premisser, gjennom direkte deltagelse i flere kunst- og kulturprosjekter.¹⁶⁷ Et eksempel som allerede er nevnt, var P3s utvidede rolle i musikkfestivalen *Bylarm*, både som leverandør av artister og som formidler av festivalen. I 2002 laget de også egne nettsider viet til *Bylarm*. Her lå intervjuer, konsertomtaler og reportasjer, i tillegg til lyd og videoklipp fra de mange radio- og fjernsynsprogrammene som sendte live fra festivalen (*Kaliber, Stereo, MusikkMisjonen, Lydverket* m.fl.). Samarbeidet med *Bylarm* inkluderte også dette året demokonkurransen *Urørt*. De 14 beste *Urørt*-bandene fikk spille under *Bylarm* 2002 i Trondheim.¹⁶⁸

I juni 2002 ble *Urørt* midlertidig satt ut av drift for en stund, da serveren hvor alle lydfilene var lagret ble ødelagt. Dette skjedde da firmaet KPNQuest, som holdt serverne til NRK, gikk konkurs. Maskinene måtte da fysisk bli flyttet, noe et par av dem ikke tålte. På dette tidspunktet var det nærmere 500 band som hadde fått låtene sine på *Urørt*.¹⁶⁹ NRK *Upunkt* benyttet imidlertid denne situasjonen til å styrke satsningen på *Urørt*. Morten Skogly, som da jobbet i *Upunkt*, forsikret at de skulle jobbe med en ny *Urørt*-versjon etter sommeren:

Vi vil lage en ny versjon, hvor folk selv kan legge inn låter, bilder og info om seg selv. I denne versjonen er planen å også få inn så og si alle bandene og låtene vi mistet igjen, siden vi har backup.¹⁷⁰

Mot slutten av året ble denne nye versjonen lansert. Nå hadde *Urørt* egne sider, de var ikke lenger bare en seksjon under *Upunkt*. Helt atskilt var de imidlertid ikke, *Upunkt*-redaksjonen hadde fortsatt noen oppgaver i *Urørt*, og det ligger naturligvis en link til *Urørt* fra *Upunkts* side. Nå begynte *Urørt* altså å presentere musikken både på nett, radio og også TV. En artist som ble plukket ut som ”ukas urørt”, ville bli presentert på forsiden

¹⁶⁷ Årsrapport år 2002 NRK i 2002:27

¹⁶⁸ Op.cit:51

¹⁶⁹ Ruud 2002a

¹⁷⁰ ibid

av *Urørt*-nettstedet hele uken, spilles i radioprogrammet *MusikkMisjonen* mandag - onsdag og bli presentert på TV i *Lydverket* under rulleteksten.¹⁷¹

I løpet av 2002 fikk man etablert at finalistene til "Årets Urørt" skulle plukkes ut blant de som i løpet av det foregående året hadde blitt kåret til "Ukas Urørt". En av de mange som hadde fått denne utmerkelsen i løpet av 2002 var artisten Sissy Wish med låten *The Six Feet Tall*. Hun ble imidlertid først plukket opp et annet sted i NRK-organisasjonen, nemlig i P1-programmet "Ukens Demo". Her ble hun presentert i september, på bakgrunn av låtene *Hero Man* og nevnte *The Six Feet Tall*. To måneder senere ble hun kåret til "Ukas Urørt" av P3, som deretter B-listet sistnevnte låt. Radiospillingen på P3 varte fram til *ByLarm* i Trondheim, der hun på forhånd var tippet som en av de neste store. Sissy Wish vant *Urørt*-finalen og innkasserte blant annet en video-innspilling fra NRKs *Lydverket* som premie.¹⁷² Da debutalbumet "You May Breathe" kom i butikkene i februar 2004, fikk den en fantastisk mottagelse fra norske plateanmeldere. På grunnlag av denne platen ble hun dessuten nominert til Spellmannsprisen (i likhet med flere tidligere *Urørt*-band: Katthult og Number Seven Deli), og vant kategorien for beste kvinnelige artist.¹⁷³

At artister som er plukket ut som *Urørt*-vinnere gjør det godt etter kåringen, brukes naturlig nok av *Urørt*-redaksjonen i profileringsøyemed. I en artikkel fra 2004 om *Urørts* daværende posisjon, innleder de med å minne om at Sissy Wish "fikk seksere kastet etter seg med debutalbumet".¹⁷⁴ Videre i artikkelen skriver de at Side Brok ble årets fenomen etter seieren i *Urørt*-finalen. De nevner også en rekke andre artister som har fått mye oppmerksomhet og gjort det bra etter at de ble kjent gjennom *Urørt*.¹⁷⁵ *Urørt* har vokst seg større og større, og i følge nettutvikler Skogly blir *Urørt* veldig ofte henvist til når en ny norsk artist blir signert eller gjør det stort. Han forteller at redaksjonen abonnerer på nyhetssøk, slik at de kan følge med på når *Urørt* blir nevnt i pressen.¹⁷⁶ Det er selvsagt positivt for *Urørt* at bandene "deres" gjør det bra, ikke minst dersom de har vunnet enten ukas, månedens eller årets urørt. Bandenes suksess er med på å gi *Urørt* og

¹⁷¹ Løvstad 2003

¹⁷² Johansen 2004

¹⁷³ ibid

¹⁷⁴ Batzer 2004

¹⁷⁵ ibid

¹⁷⁶ Skogly i e-post 2008

redaksjonen kredibilitet ettersom de oppdaget talentene tidlig, før ”alle andre”. Dette bidrar til å gi *Urørt* en posisjon og en status som gjør at de andre aktørene i musikklivet må holde et øye med hva de driver med, ellers er det gode muligheter for at de går glipp av talenter som senere blir store.

Flere i *Urørt*-redaksjonen fremhever det å følge talenter på veien fra de er helt ukjente til de etablerer seg som artist, som noe av det beste med *Urørt*. Både Skogly, Moen og Severud trekker frem ”Årets *Urørt*” i 2008, Ida Maria, som en av de største suksessene, og mener det er ”helt rått” at *Urørt* ”oppdaget” henne først.¹⁷⁷ Hegstad, som jobber både med *Urørt*, og med resten av P3-musikken, fremhever Superfamily, Sissy Wish og Animal Alpha blant flere.

5.3. Omlegging i P3 og *Urørt* som eget radioshow

I 2003 skjedde det drastiske endringer i P3. Da NRK la om til trekanalsradio i 1993, var det for å få tilbake de unge lytterne som heller hadde begynt å høre på Radio Lux, som presenterte populærmusikk i et moderne format. Strategien fra NRK var vellykket, og ungdommene vendte i stor grad tilbake til NRK når de fikk sin egen ungdomskanal, P3.

Men ti år etter lanseringen av trekanalssystemet, konstaterte P3 at lytterne var i ferd å bli for ”gamle”. Systemet var planlagt slik at lytterne på et gitt tidspunkt skulle skifte fra å være P3-lyttere til å gå over i den ”voksne” kanalen NRK P1. Dette fungerte imidlertid ikke. Høsten 2003 ble derfor den mest radikale programendringen siden starten iverksatt i NRK P3. Kanalen skiftet navn fra Petre til P3, og en rekke programmer ble lagt ned – nye kom til.¹⁷⁸

Dette førte til mye debatt, spesielt om den nye musikkprofilen. NRK P3 skulle være en bredt anlagt ungdomskanal fra kl. 6 til kl. 18, og mer en kulturkanal for pop og rock på kvelds- og nattetid.¹⁷⁹ Målet med omleggingen var å forynge lytterne med hjelp av musikken, og da er det kanskje ikke annet å vente enn at de trofaste lytterne ble misfornøyde. Debatten var uansett omfattende, muligens også fordi mange ikke følte seg hjemme i målgruppen til de to andre kanalene og dermed ble stående uten ”sin” kanal.

¹⁷⁷ Skogly i e-post 2008

¹⁷⁸ Årsrapport år 2003 NRK i 2003:39

¹⁷⁹ Årsrapport år 2004 NRK i 2004: <http://www6.nrk.no/informasjon/2004/kultur.htm>

Panorama, en norsk nettavis som fokuserer på musikk, var skeptisk til P3s nye programprofil, og mente at enkel underholdning ble prioritert i altfor stor grad i forhold til musikken. De fleste programmene som ble profilert som musikkprogrammer av P3, ble nemlig satt opp på kveldstid, det vil si på et tidspunkt da ”folk flest” ikke hører på radio. Dette mente *Panoramas* redaktør, Paul Nordal, stod i sterk kontrast til programmene med et mer kommersielt, folkelig og populært tilsnitt som fikk boltre seg på dagtid.¹⁸⁰ Men *Panorama* trakk også fram det at *Urørt* ble overført fra kun nett til også å omfatte radio, som noe av det mest spennende og nyskapende ved omleggingen.

P3 begynte altså å sende egne *Urørt*-programmer jevnlig. Her fikk de beste demoartistene muligheten til å nå ut også gjennom eteren. Ragnhild Laukholm Sandvik ble den første programlederen som fikk ansvaret for *Urørt* på P3.¹⁸¹ Programmet har nå sendinger fire dager i uka, mandag til torsdag. Til sammen sju timer fylles med *Urørt*-musikk og annen nyutgitt norsk musikk. Både pop, rock, elektronika, hiphop og tilliggende sjangrer skal representeres.¹⁸² I programmet blir blant annet ”ukens *Urørt*” og ”månedens *Urørt*” behørig presentert, bandene ringes gjerne opp og får si noen ord om musikken sin, deres planer videre etcetera. Intervjuet med de som blir ”ukens *Urørt*” deles vanligvis opp i mindre biter, som sendes i programmene utover hele uka. På den måten får ”ukens *Urørt*” oppmerksomhet gjennom hele uka, ikke bare på mandagen når de kåres.

Programlederen er nøye med å introdusere hver låt som spilles, og ofte sier hun litt om bandet eller artisten, spesielt hvis bandet selv har lagt ut interessant informasjon om seg selv på profilsidene på nett. Dette gjør at man lettere får med seg hvem som blir spilt, og bandet får litt ekstra omtale. I tillegg kan man gå inn på NRKs nettradio i ettertid, der ligger *Urørt*-sendingene fra P3 i tre uker etter at det ble sendt. Man kan også finne spillelister fra sendingene. Dessuten kommer en av musikkprodusentene, for eksempel Jørgen Hegstad, innom minst en dag i uka, for å anbefale låter, og noen dager har man et eget *Urørt*-panel som hører på noen av *Urørt*-låtene og vurderer og kommenterer dem på lufta. Slik får man spredd oppmerksomheten på flere artister.

¹⁸⁰ Nordal 2003

¹⁸¹ *ibid*

¹⁸² Severud 2008

5.4. *Urørt* skaper suksesshistorier

I november 2003 fikk *Urørt* viktig anerkjennelse av Den Norske Dataforening. Da vant prosjektet nemlig en Rosing-pris, som er Internettbransjens svar på Oscar-prisen. Prisene, som er oppkalt etter Norges første datagründer Fredrik Rosing Bull, regnes som de gjeveste utmerkelsene man kan få på dette feltet. *Urørt* vant kategorien "Underholdning 2003", og i begrunnelsen sa juryen at: "Urørt har skapt en meget vellykket kombinasjon av radio, TV og nett. Urørt er ett eksempel på innovativ bruk av nettmediet – et godt eksempel til etterfølgelse."¹⁸³ Musikk sjef i P3, Håkon Moslet var stolt på vegne av kanalen, og sa at dette var til inspirasjon for videre satsing på *Urørt*. Han mente også at det viste at samarbeid på tvers av mediene bærer frukter.¹⁸⁴

Ved utgangen av 2004 lå det låter fra over fem tusen band på *Urørt*. I NRKs årsrapport for dette året er NRK sentralt opptatt av å fremheve satsningen på ny, norsk musikk.¹⁸⁵ I rapporten har *Urørt* fått en egen boks med informasjon og bilder, under hovedemnet "Barn og Ungdom". *Urørt* beskrives på følgende måte:

Urørt er NRKs konkurranse for norsk usignert musikk på nett, i radio og på TV. Urørt er et gratis tilbud til band om å presentere musikken sin for bransjen og publikum på nettet.¹⁸⁶

Mot slutten av rapporten pekes det på at det totale mediekonsumet i samfunnet øker betydelig, og at forbrukerne etter hvert forventer å ha både TV og musikk tilgjengelig på ulike plattformer. Utfordringen for NRK er å greie å ligge i forkant av denne utviklingen, slik at de kan fylle nye brukermønstre og tekniske plattformer med allmennkringkasterinnhold. Dette jobbes det intenst med, skriver de, både på den kreative utviklingssiden, innen programplanlegging og innen distribusjon.¹⁸⁷

Tidlig i 2004 lanserte P3 enda en nysatsning med utspring i *Urørt*, nemlig samlealbumet "Rørt og *Urørt*". På dette albumet samles kjente og mindre kjente artistnavn, blant annet de ti finalistene til "Årets *Urørt*" 2004. Håkon Moslet, som selv

¹⁸³ Batzer 2003

¹⁸⁴ ibid

¹⁸⁵ Årsrapport år 2004 http://www6.nrk.no/informasjon/2004/kanaler_net.html

¹⁸⁶ Årsrapport år 2004 <http://www6.nrk.no/informasjon/2004/bou.html>

¹⁸⁷ Årsrapport år 2004 http://www6.nrk.no/informasjon/2004/omnrk_org.html

var med på å sette sammen samlingen, begrunnet utgivelsen med at *Urørt* var blitt et så vitalt nettsted, konsept og P3-program, at det fortjente å få enda mer oppmerksomhet.¹⁸⁸

Året etter, i 2005, innledet *Urørt* et større samarbeid med Platekompaniet. Artistene som kom med på årets utgivelse ble plukket etter samme mal som før, noen kjente norske band i tillegg til de ti finalistene til ”Årets *Urørt*”. Nytt av året var at ”*Rørt og Urørt*”-albumet skulle være gratis og gis bort til de som kjøpte musikk av norske artister på Platekompaniet. Butikken innledet en storstilt salgskampanje over 14 dager, med fokus på norsk musikk, og 2005-cden ble denne gangen trykket i hele 12 000 eksemplarer.¹⁸⁹ Samarbeidet med Platekompaniet for å sette fokus på norsk musikk fortsatte i de følgende årene, og ”*Rørt og Urørt*”-platene ble en årlig utgivelse.

I 2004 var det sunnmørsk rap som gikk av med seieren under *Urørt*-finalen, på studentkulturhuset Kvarteret i Bergen. Jury og publikum hadde 50/50 stemmerett, publikum hadde fått utdelt mentometer-knapper for å kunne stemme. Man regnet ut snittet fra hvor mange poeng jury og publikum ga. Side Brok havnet dermed knepent foran Superfamily, til tross for sterk disharmoni mellom jury og publikum. Juryen ga nemlig 79 poeng til Side Brok mens publikum bare ga 44 poeng.¹⁹⁰

På slutten av februar kunne *Urørt*-redaksjonen konstatere at de opplevde en eksplosjonsartet økning i antall nye band og låter. Bare fra 1. januar 2004 til slutten av februar hadde over 1000 nye band lagt ut sine låter på nettstedet. Dette skjedde parallelt med at *Urørt* fikk mye oppmerksomhet i forbindelse med både ”*Rørt og Urørt*”-platen og *Urørt*-finalen hvor Side Brok gikk av med seieren. Dette førte til at *Urørt* på slutten av februar hadde over 16 000 låter publisert på nettsiden. Dermed kunne *Urørt* med god grunn hevde at de udiskutabelt var det ledende grasrot-forumet for norsk musikk.¹⁹¹

I *NRK i 2005* har musikkjefene for de ulike kanalene blitt bedt om å vurdere musikken i sin kanal i det året som var gått. P3s musikkjef i Håkon Moslet skriver:

P3 har som mål å være et fyrtårn for den unge norske musikken. Virkemidlene er å spille så mye norsk musikk som mulig på dag- og

¹⁸⁸ Skancke-Knutsen 2004

¹⁸⁹ Eik 2005

¹⁹⁰ Løvstad 2004

¹⁹¹ Batzer 2004

kveldstid, arrangere egne konserter og samarbeide tett med de viktigste festivalene for vår målgruppe.¹⁹²

I denne rapporten fokuseres det også på *Urørt* gjennom å presentere en suksesshistorie. 18. juni 2005 spilte det norske bandet Animal Alpha for 50 000 mennesker på Rådhusplassen i Oslo. Bandet lå 12 uker på VG-lista Topp 20 med låta "Bundy", og i september kom debutalbumet "Pheromones", som fikk strålende kritikker. I januar 2006 sendte NRK P3 bandet til Eurosonic, en festival i nederlandske Groeninge der radiofolk og festivalbookere fra hele Europa samles hvert år. Umiddelbart etter konserten i Groeninge ble Animal Alpha booket til sju europeiske festivaler sommeren 2006.

Veien fram til platekontrakt og festivaljobber hadde gått via NRK.no. I oktober 2003 ble Animal Alpha "Ukas Urørt" med låta "Catch us", bare én uke etter at bandet begynte å publisere musikken sin på nrk.no/urort. Året etter ble låta deres "Bundy" plukket ut som *Urørt*-finalist, noe som førte til at Animal Alpha ble spilt på P3-programmet *Urørt*. Spillgiganten Electronic Arts plukket samme år ut "Bundy" til å være med i to av selskapets spill med internasjonal distribusjon. I *Urørt*-finalen i februar 2005 ble Animal Alpha nummer to og "Bundy" ble playlistet på NRK P3. Suksesshistorien til Animal Alpha er et godt eksempel på at nrk.no/urort i 2003 hadde blitt et viktig springbrett for mange norske band.

Pågangen fra artister bidro til at nettsidene etter hvert trengte en grundig oppdatering. I 2004 hadde *Urørt* fått status nok til at redaksjonen kunne sette sammen et større teknisk team. Det bestod av Morten Skogly og tre andre utviklere, og i 2005 fikk man en ny versjon av *Urørt*.¹⁹³ Denne versjonen skulle være basert mer på hva brukerne selv ønsket. Skogly mener at det man kunne merke best, var at den nye versjonen var mye raskere. I tillegg kunne alle registrere seg med et personlig brukernavn, i motsetning til tidligere, da kun band kunne registrere seg. Dessuten kunne man logge seg på med ett brukernavn, men redigere og lage mange underprosjekter, noe som var ganske komplisert tidligere.

I midten av februar 2005 fikk *Urørt* på P3 ny programleder, Siri Narverud Moen overtok etter Ragnhild L. Sandvik. Da hadde Moen allerede vært gjesteprogramleder i

¹⁹² Årsrapport år 2005 NRK i 2005 http://www6.nrk.no/informasjon/2005/NO/kultur_musikk.htm

¹⁹³ Skogly i e-post 2008

programmet noen måneder i løpet av 2004.¹⁹⁴ Et par andre tilskudd til *Urørt* kom også i gang i februar 2005, konseptet dukker for eksempel opp som egen jukeboks for musikkvideoer på NRK2 11.februar. Hvilken video som blir spilt avhenger av hvilken video som får flest stemmer. Dermed fikk *Urørt* også en kanal for de som prøver seg som regissører. Etter hvert som flere og flere band laget sine egne videoer fant redaksjonen ut at man under *Urørt*-finalen også skulle kåre ”Årets *Urørt*-video”. Dette ble gjort for første gang i 2007, da videoen *Køddemann* fra gruppen Bandover vant. En del av prisen var at videoen ble spilt hele resten av året på NRK2, og bandet vil også få mulighet til å sitte i juryen for neste års videokåring.¹⁹⁵ Videoene kan også sees på nettsiden, hvor man kan gi tilbakemeldinger. I skrivende stund (mai 2008) ligger det ca. 270 videoer på nett.

Allerede dagen etter at video-jukeboxen ble lansert var det premiere på ”P3-Urørt” – en 24-timers nettradio. Dette var NRKs første rene nettradio, og den spiller det beste fra *Urørt*-basen hele døgnet.¹⁹⁶

P3s mediasamarbeid med *Bylarm* ble avsluttet i 2005, noe som nok var overraskende for mange. Folkene bak *Bylarm* ønsket ikke lenger å samarbeide med P3, fordi de mente at kanalen som helhet hadde fått en for kommersiell musikkprofil etter omleggingen i 2003. I stedet inngikk *Bylarm* avtale med Kanal 24.¹⁹⁷ Festivalsjef Erland Mogård-Larsen hevdet at selv om Kanal 24 er kommersiell og skal tjene penger, så tør de å spille norsk musikk, de er ikke så feige som andre kommersielle kanaler. Han mente at P3 hadde blitt for feige når kom til å bruke den beste sendetiden på å få frem nye artister:

P3 legitimerer sitt mangfold med Musikkmisjonen og *Urørt*. Disse er kjempebra programmer, som kjøres på kveldstid. På dagen, mens de har flest lyttere, har P3 dessverre valgt å kjøre en sikrere linje, der de er mindre opptatte av å bryte nye artister.¹⁹⁸

Etter at P3 ble ”dumpet” av samarbeidspartneren gjennom syv år, tok det mindre enn en måned før de innledet et nytt samarbeid, denne gangen med den såkalte *Zoom*-turneen. *Zoom* ble startet i 1996 av klubben *So What!* I Oslo og *Chateau Productions* i

¹⁹⁴ Moen, e-post 2008

¹⁹⁵ Sørlandet Tv- og filmforening 2007

¹⁹⁶ Batzer 2005

¹⁹⁷ At *Bylarm* inngikk en avtale med en kommersiell radiostasjon fordi de mente at P3 hadde blitt for kommersielle virker litt selvmotsigende, men dette ligger utenfor min oppgavens mandat å diskutere.

¹⁹⁸ Steen 2005

England. Hensikten var å sette fokus på nye, usignerte artister man mente fortjente oppmerksomhet. Fra og med 1998 har *Zoom*-turneen gått av stabelen hvert år, i regi av *Norgesnett*.¹⁹⁹ Kvalifiseringen til turneen skjer gjennom lokale *Zoom*-kvelder i Stavanger, Bergen, Trondheim, Bodø, Tromsø og Oslo. De beste bandene fra de lokale *Zoom*-kveldene kvalifiserer seg til en finale. Her plukker en fagjury ut to band som sendes ut på *ZoomUrørt*-turné. I samarbeid med konsertstedene på turneen, vil P3s *Urørt*-redaksjon plukke ut hvilke lokale *Urørt*-band som får opptre underveis.²⁰⁰

Prosjektleder i *Norgesnett*, Persi Iveland, mente at en kobling mellom *Zoom* og *Urørt* var naturlig. Konseptene er to sider av samme sak og koblingen vil føre til at langt flere band får spille live for et større publikum enn hva som hadde vært tilfellet tidligere, uttalte Iveland. Han mente også at det ville være bra for oppslutningen at turneen fikk et lokalt tilsnitt.²⁰¹ Også musikk sjef Moslet sa at det følte helt riktig at de beste *Urørt*-bandene får muligheten til å opptre på *Zoom*-turneen, ettersom begge er arenaer for uetablerte norske band. I samarbeidet lå det også at P3 skulle ha liveoverføring fra en av konsertene på turneen.²⁰²

I årsrapporten for 2006 setter NRK fokus på flermedial utnyttelse av innholdet sitt. De innleder med å hevde at 2006 vil gå over i historien som året da bruken av lyd og bilde over Internett for alvor ble et massefenomen. I løpet av året hadde de en nærmest eksplosjonsartet vekst i bruken av sitt tilbud på NRK.no. Utviklingen åpnet for nye muligheter for NRK som allmennkringkaster. I den sammenheng har NRK også utarbeidet et nytt strategidokument for perioden fram til 2012. I dette dokumentet heter det blant annet at NRK er et digitalt mediehus som skal være til stede med sitt innhold ”der folk er i dag, og der de kommer til å være i morgen”.²⁰³

I denne rapporten har også NRK hengt seg på et utbredt begrep, nemlig ”brukerskapt innhold”. De skriver at NRK P3 var blant de første i verden med brukerskapt innhold og musikkformidling på nettet. *Urørt* ble skapt flere år før nettstedet som Myspace og YouTube, og lenge før ukemagasinet *Time* kåret DEG til årets navn i 2006. *Urørt* inneholder i dag over 30 000 låter fra nesten 20 000 band. I 2006 var det

¹⁹⁹ Norgesnett er en ikke-kommersiell paraplyorganisasjon for 26 konsertsteder over hele landet.

²⁰⁰ Amundsen 2005

²⁰¹ Møllerop 2005

²⁰² Amundsen 2005

²⁰³ Årsrapport 2006 NRK i 2006:3

nærmere seks millioner nedlastinger fra nettstedet som også er utgangspunkt for radio og TV-programmer.²⁰⁴

I forbindelse med at *Urørt*-basen oversteg 30 000 låter uttalte Håkon Moslet at han var litt rørt og veldig glad for den voldsomme oppslutningen konseptet hadde fått. Han sa også følgende: ”Det er overveldande. *Urørt* er noko av det viktigste NRK held på med, rett inn i hjertet av allmenkringkaster-oppdraget.”²⁰⁵ Et viktig poeng for Moslet var dessuten at en i tillegg til å kunne flagge kvantitet, også kan ha gleden av å dyrke kvalitet. *Urørt* hadde da nettopp passert 15 000 band, samtidig som vinner av *Urørt*-finalen, Heros and Zeros, hadde blitt plukket opp av et av de største plateselskapene. Dette viser at *Urørt* representerer både bredden og spydspisser i ny norsk musikk, mente Moslet.²⁰⁶

Sommeren 2006 fikk *Urørt*-artistene enda en arena å vise seg fram på, da noen utvalgte av dem fikk anledning til å spille på *Numusic*-festivalen i Stavanger, som er den største elektroniske musikkfestivalen i Norge.

Når en åpen nettjeneste som *Urørt* er så stor som den har blitt, kan det også by på noen problemer. Alle kan laste opp sanger til nettsiden, det finnes ingen forhåndssensur, og det er dessuten en ganske liten stab som skal holde kontroll med alt som kommer inn. I 2006 fikk man et eksempel på et problem som kan oppstå, nemlig at uærlige artister legger ut musikk som de ikke har laget selv. Dette skjedde da gruppa Fitts For Fight la ut en låt som til og med ble kåret til ”Ukas *Urørt*”. Etter en stund ble det oppdaget at de hadde ”stjålet” musikken fra noen andre. Låten stammet fra micromusic.net, et nettsted med noe av den samme intensjonen som *Urørt* – å oppdage ny musikk og være et møtested for ukjente band og artister.²⁰⁷ Det vil være en svakhet for *Urørt* dersom brukerne ikke respekterer de regler som gjelder – at all musikk som legges ut skal være laget av en selv. Når musikken stjeles fra andre artister som også er ukjente, er det vanskelig å oppdage tyveriet, og om dette brer om seg vil *Urørt* miste troverdighet. Her har *Urørt*-redaksjonen en utfordring i den videre utviklingen av konseptet.

I 2007 ble det gjennom behandlingen av stortingsmelding nr. 30 – *Kringkasting i*

²⁰⁴ Årsrapport 2006 NRK i 2006:12

²⁰⁵ Hareide 2006

²⁰⁶ ibid

²⁰⁷ Fjelldal 2006

en digital fremtid – endelig vedtatt at Internett skal innlemmes i NRKs allmennkringkasteroppdrag.²⁰⁸

Samme år ble det i årsrapporten *NRK i 2007* understreket at P3s oppgave er mer å være en aktiv formidler av ny norsk musikk enn å dekke bestemte sjangere. NRK P3 skal være den viktigste musikkformidleren for unge folk i Norge. Kanalen har fra starten hatt en aktiv musikkpolitikk med en ambisjon om å gi folk en miks av det de vil ha og det de ikke visste de ville ha. Men når det gjelder musikkprofil vil det alltid være noen som ikke er helt fornøyde, og et spørsmål som *Urørt*-redaksjonen ofte får fra bandene og artistene på siden sin, er hva som skal til for å bli spilt på P3. Siri N. Moen begynner med å si at det er den beste og mest radiovennlige musikken som blir spilt på radio. Det vil si at låten må være bra, den må ha noe eget ved seg og den må være fengende, til en viss grad. Dessuten er det positivt om den tilfører en sjanger noe nytt, og den må overbevise redaksjonen om at artisten har en framtid som musiker. Det aller viktigste, sier Moen, er at musikken skiller seg ut. Når redaksjonen skal plukke ut ”Ukas *Urørt*” legges de samme kriteriene til grunn, og i tillegg legger de kanskje enda større vekt på at låten skal fenge.²⁰⁹

5.5. *Urørt* fortsetter å vokse – nye rekorder settes

I januar 2007 stilte musikkavisen *Ballade* noen spørsmål til daværende programleder Siri N. Moen i forbindelse med den forestående *Urørt*-finalen. *Ballade* innledet med å skrive at samtidig som nettstedene Myspace, Youtube og Underskog ble store snakkiser, fortsatte NRKs *Urørt* jevnt og trutt mot himmelen. Aldri før hadde NRKs side for ukjent musikk hatt så stor pågang. Med et daglig tilsig av rundt 40 låter, var *Urørt* det viktigste stedet for norske artister å bli oppdaget på, hevdet *Ballade*. ”Grunnen til at *Urørt* er stødigere enn nye, lignende prosjekt, er selvsagt radio- og TV-programmene som spiller musikken,” sa Moen stolt til *Ballade*.²¹⁰

Urørt-finalen 2007 ble avholdt i Oslo, med blant annet Sondre Lerche i juryen. Finalen ble direkteendt i radio fra scenen på *John Dee*, og jurymedlemmene vurderte hver låt direkte. I forkant hadde det vært anledning for alle til å stemme på nett og sms.

²⁰⁸ Årsrapporten *NRK i 2007*:3

²⁰⁹ Heyerdahl 2005

²¹⁰ *Ballade*-redaksjonen 2007

Til syvende og sist var det imidlertid juryen som avgjorde at Ida Maria ble ”årets urørt” med låten *Oh My God*.²¹¹ Ida Maria har også rukket å gjøre seg bemerket i England gjennom en del turnering der, og tidlig i år ble det klart at hun lå på en 11.plass over de artistene britiske journalister har tro på i 2008. I tillegg er hun med i *The Times*' kåring over de beste låtene fra 2007.²¹² Nylig (mai 2008) slapp hun dessuten debtalbomet *Fortress round my heart*, til blandede kritikker. Albumet fikk alt fra en sekser i *Bergens Tidende* til en treer i *Dagbladet*.

I løpet av 2007 fortsatte låtene å strømme inn til *Urørt*, 17 000 låter ble sendt inn i løpet av året. Finalen i 2008 ble avholdt på studentkulturhuset Samfundet i Trondheim. Blant jurymedlemmene denne gangen, fant man blant andre Toffen Gunnufsen, tidligere sjef for Quart-festivalen, nå sjef for Hove-festivalen.²¹³ Et annet jurymedlem, Christer Falck, har drevet platebutikk i tjue år, og eier et plateselskap. Han hevdet at det var et par av finalelåtene som han godt kunne tenkt seg å gi ut via plateselskapet sitt.²¹⁴

Finalen ble sendt direkte både på P3 og også på P3TV. Fire av finalistene spilte live før avgjørelsen, og det var gratis inngang for alle som ville komme og se på. Avstemningen foregikk slik at folket bestemte 50 % og fagjuryen 50 %. Stemmene fra folket gikk enten via nett på forhånd, eller via sms live under finalen.²¹⁵ Det ble 18-åringen Matias Tellez fra Bergen som stakk av med seieren, med låten ”Brand new kicks”. Rent konkret vinner man spilling på *Bylarm* i februar og *Norwegian Wood* i juni, 25 000 kroner og anledning til å spille inn demo i NRKs studio. Tittelen gir generelt mye oppmerksomhet og ofte flere andre konsertoppdrag.²¹⁶ Prisen for beste *Urørt*-video gikk til Yoyoyo Acapulco med videoen ”F-word”. En del av prisen var at de får en visning av videoen under Bergen Internasjonale Filmfestival (BIFF).

Allerede to uker etter at Tellez vant tittelen ”Årets Urørt”, skrev han platekontrakt med Sony. Tellez selv sier at han har merket økt oppmerksomhet etter finaleseieren, men er ikke helt sikker på om populariteten kun skyldes *Urørt*. ”Jeg skrev under kontrakt med

²¹¹ *Ballade*-redaksjonen 2007

²¹² Aase 2008

²¹³ Moen 2008

²¹⁴ *ibid*

²¹⁵ ”NRK, urørt-finalen 2008” (utskrift)

²¹⁶ Oftedahl 2008

Sony mandag. Vi har vært i dialog lenge, men det kan jo være at dette var den siste *boosten de trengte*”, sa Tellez til *Bergens Tidende* i etterkant.

I samme artikkel uttaler også BTs musikk anmelder og deleier i musikkbutikken ”Apollon”, Einar ”Engelen” Engelstad, seg om viktigheten av *Urørt*. Engelstad mener at en profil på *Urørt* nærmest er et ”must” for nye band og artister. Det er det viktigste stedet for å oppdage ny musikk, hevder han, og sier videre at, ”ethvert band med vett i hodet må ha en profil der”.²¹⁷ Tidligere har *Bylarm* hatt ord på seg for å være arnested for nye norske band og artister, men Engelstad hevder at *Urørt* nå har overtatt mye av den rollen. Han sier videre: ”Ingen band blir oppdaget på *Bylarm* lenger. Hvis folk ser etter ukjente band, eller lurer på hvilket band de hører, finner de det på NRK *Urørt*. I Norge er det til og med viktigere enn MySpace.”

Daglig leder i *Bylarm*, Erlend Mogård Larsen, synes *Urørt* er en viktig arena for nye band, men vil ikke være med på at det er en konkurrent til *Bylarm*. *Urørt* er et kjempeviktig møtested på nettet, sier Larsen, og understreker at de bruker *Urørt*-sidene aktivt når vi ser etter nye band. Men på *Bylarm* kommer tusenvis for å se bandene live, innvender han, og mener at *Bylarms* viktigste funksjon er å være en møteplass for bransjefolk, artister - og selvfølgelig publikum.²¹⁸

Som nevnt får Matias Tellez, i kraft av å ha blitt kåret til ”Årets *Urørt*”, spillejobb på Norwegian Wood. Dette skyldes et ganske ferskt samarbeid mellom *Urørt* og nevnte festival, det er faktisk ikke lenger siden enn januar i 2008 at de inngikk avtalen. Norwegian Wood har i mange år hatt en egen talentscene, *Norwegian Underwood*, satt opp for nye norske band. Det er meningen at åtte band skal få opptre på scenen under sommerens festival. Vinneren av *Urørt*-finalen er altså sikret plass, men i tillegg kan artister som ønsker å spille melde seg på. En jury, bestående av folk fra Norwegian Wood og *Urørt*-redaksjonen, vil så bestemme hvem som får lov til opptre. Musikksjef Håkon Moslet er svært fornøyd med samarbeidet med Norwegian Wood. I en pressemelding skriver han følgende: ”Festivalens talentscene er den mest etablerte og tydeligste i festival-Norge. En opptreden her er en ypperlig mulighet for alle *Urørt*-artister som vil ut

²¹⁷ Istad 2008

²¹⁸ ibid

av gutterommet.”²¹⁹ Også festivalsjef Sten Randers Fredriksen i Norwegian Wood er fonøyd:

Vi har lenge sett at P3s opplegg rundt *Urørt* fungerer veldig bra. Når vi nå slår dette sammen, blir det enklere for band som kan sende demo til ett sted. Det er fint at vi fra nå av ikke må sitte på hvert vårt kontor og gjøre mye av den samme jobben med å arkivere og plukke ut nye band.²²⁰

At *Urørt* fortsetter å inngå nye samarbeidsavtaler med ulike store aktører i musikkbransjen i Norge, bidrar nok til at interessen for konseptet opprettholdes. Artistene på nettsiden nyter godt av at *Urørt* følger med på utviklingen, og holder god kontakt for eksempel med viktige festivaler. Det er ofte på festivalene talentspeiderne er mest aktive.

Når det gjelder nettutviklingen må *Urørt* også henge med, og i april 2008 ble det igjen lansert nye og oppdaterte nettsider. De nye sidene skulle gjøre det enklere å dele musikk, kommentere andre band sin musikk og følge med på hva andre liker og hører på. Nå kan man bestemme hvordan profilen skal se ut, og man kan blant annet legge inn bilder fra Flickr og film fra YouTube. Etter hvert skal også band kunne få presentere informasjonen sin fra *Urørt* på MySpace, Facebook og andre nettsamfunn.²²¹

Urørt eksperimenterte også litt med videoblogging, gjennom å bruke *Bambuser*, en tjeneste som forener videosnutter fra mobilen med chatting og blogging. Dette skjedde i forbindelse med *ZoomUrørt*-turneen, da *Urørt* sendte med de to vinnerne Gerilja og Sigh & Explode to mobilkamera. På disse installerte de software fra *Bambuser*, som er et skandinavisk nettsted hvor folk enkelt kan legge ut livestream fra både webcam og mobil. Publikum fikk dermed muligheten til å se en del episoder og morsomme øyeblikk fra ”innsiden” av turneen, og *Urørt* vil etter eksperimentet evaluere det og se om dette er noe de vil fortsette å teste ut i andre sammenhenger.²²²

I mai 2008 var det klart for et nytt programlederskifte, nå får *Urørt* på P3 mannlig programleder for første gang. Amund Grepperud kommer fra en annen stilling i NRK, og overtar altså etter Siri N. Moen.

²¹⁹ Stenberg 2008

²²⁰ *Urørt*-redaksjonen 2008

²²¹ Rivedal 2008

²²² Skogly 2008

5.6. Integrering av nye tjenester på nettsiden

At *Urørt* eksperimenterer med å integrere og teste ut nye tjenester på nettsiden sin, er i tråd med de ”spådommer” om utviklingen av nettradio og musikk-tjenester på nett, som Tim Wall (2004) lanserte i sin artikkel ”The political economy of Internet music radio”. Denne artikkelen, som handler om kringkasting av musikk på Internett, omtalte jeg nærmere blant annet i kapittel 1.1. Her sier han at nettradio kan være ganske kostbart å drive med, av den grunn at hver ny lytter koster like mye, siden enhver lytter må ha en individuell ”lydstrøm” samtidig. Dessuten skriver Wall at noe av det som skiller Internett fra de tradisjonelle massemediene er potensialet for interaktive tekster. Wall hevder at det er denne funksjonen som mest sannsynlig kan forandre nettradioene. For det første kan man utvikle skreddersydde tjenester som radioprogrammer tilpasset små grupper lyttere, eller til og med en enkelt individuell lytter. For det andre har man muligheten til å finne informasjon om lytteren, som i neste omgang kan utnyttes kommersielt. Man kan for eksempel finne ut hvilken type musikk en lytter liker, og hører mest på, for så å tilby vedkommende et abonnement, CD-er eller lignende i samme musikksjanger.

Det siste området Wall nevner er det han har valgt å kalle ”metatext radio”, og her er relevansen for *Urørt* klar. Ved en slik type radio er nettradiostasjonen en del av en integrert nettside, hvor man også trekker veksler på andre aspekter ved populær-musikkulturen. Dette kan inkludere skrevne tekster, bilder og hyperlinker til andre relevante sider.²²³ Videre ser Wall det som sannsynlig at man vil få sider hvor du ikke bare kan streame musikken, men også finne linker til musikk-selskapene hvor du kan kjøpe låten eller cden. Dette er en realitet på mange sider allerede, Last.fm sin side er allerede nevnt, og de har inngått avtale med fire av de største plateselskapene i verden om nettopp å linke til deres nettbutikker. Selv om dette fortsatt er et veldig ferskt prosjekt, er den foreløpige konklusjonen at samarbeidet er en suksess for begge parter. Last.fm kan skryte av å ha verdens største musikkbibliotek for gratis streaming av musikk. Amazon, verdens største nettbutikk, kan melde at de har økt salget av CD-plater og nedlastinger med hele 119 prosent siden de inngikk avtale med Last.fm.²²⁴

²²³ Wall 2004: 38

²²⁴ Neset 2008b

Ettersom *Urørt* hovedsakelig består av usignerte artister er det ikke så relevant for deres side, men kanskje etter hvert når flere faktisk gir ut låter.

At nettsider inneholder flere tjenester som smeltes sammen for å gi et helhets-tilbud til for eksempel musikkelskere, har vi sett i den seneste utviklingen av *Urørt*-sidene. Denne utviklingen var jeg inne på i forrige avsnitt. I tillegg holder *Urørt* også på å lage en Miksteip-funksjon og en tjeneste for videoopplasting, slik at brukerne selv kan laste opp musikkvideoer. Dessuten ønsker de å få til integrering med Last.fm, men dette ligger litt frem i tid i følge Skogly.²²⁵ Man har også fått en funksjon som er kalt ”nabolag” der man kan se hvem som spiller musikk som er litt i samme gate som det du hører på. Dette kan være en grei måte å oppdage ny musikk på. På en nettside som Last.fm, er denne typen anbefaling ut fra hva du allerede liker godt utviklet. På kommersielle nettsider vil dette kunne være en måte å skaffe inntekter på, gjennom at du kan selge informasjon om musikksmak og profil på brukerne av nettstedet til annonsører. Dette er også Tim Wall inne på.²²⁶

At NRK og *Urørt* følger utviklingen på nettet, og selv utvikler nye tjenester og applikasjoner på nettsidene sine er for så vidt bra. Likevel må de holde en viss kritisk distanse til den teknologiske euforien som ofte oppstår når det kommer ”noe nytt”. Dette påpeker Hilde Van den Bulck i artikkelen ”Old Ideas Meet New Technologies [...]” (2007), som jeg også skrev litt om i kapittel 3.2. Hun skriver blant annet at allmennkringkasterne må være forsiktige med å bli laboratorier for dyre eksperimenter uten noe egentlig mål eller økt verdi for de som betaler lisenspenger. Det er ikke i allmennkringkasternes mandat å finansiere ”leker for de få”.²²⁷ Men, med dette i bakhodet, så er allmennkringkasternes rolle i utviklingen av relevante og interessante tjenester og applikasjoner, viktig, i det minste for å forhindre at det bare er de kommersielt interessante tjenestene som blir utviklet og markedsført.

Den teknologiske utviklingen på Internett er noe som også opptar Steve Jones, og i sin artikkel ”Music and the Internet” (2000) diskuterer han hvordan de som utvikler distribusjonsteknologi for musikk får stadig mer makt over band og artister. Denne artikkelen er allerede mange år gammel, men den er likevel relevant når Jones spør at

²²⁵ Skogly i e-post 2008

²²⁶ Wall 2004: 38

²²⁷ Van den Bulck 2007:38

teknologien vil forme hvordan vi lytter til musikk.²²⁸ Når vi ser dette i sammenheng med alle de mulighetene som finnes på Internett når det gjelder å høre på musikk, kan vi slutte oss til denne ”spådommen” hans. Musikkbransjen regnes som en svært tøff bransje, spesielt for unge artister. Da er det kanskje en fordel at en aktør som NRK, som ikke har profitt som det fremste målet, har engasjert seg både i å skape en plattform for unge musikere og i å videreutvikle teknologien som brukes til å distribuere musikken på nett, radio, podkast og så videre.

²²⁸ Jones 2000:224-225

6.0 *Urørt*s forhold til samfunnsoppdraget

Jeg vil nå forsøke å gi en oppsummering av de viktigste funnene jeg har kommet fram til i løpet av denne undersøkelsen av NRKs flermediale konsept *Urørt*. Som en begynnelse vil jeg da se tilbake på min første delproblemstilling: *Hvilke konsesjonsforpliktelser oppfyller Urørt?* Videre vil jeg trekke linjer til det teoretiske rammeverket, og avslutningsvis forsøke å komme med en konklusjon på hovedproblemstillingen: *På hvilken måte kan NRK Urørt være med på å bidra til NRKs allmennkringkasteroppdrag?*

6.1. Konsesjonsforpliktelser

En av de mest åpenbare forpliktelsene som *Urørt* har relevans for, er § 3-5 e) i vedtektene som er formulert slik: ”NRKs samlede riksdekkende programtilbud skal både i radio som fjernsyn i det minste inneholde jevnlig norske språklige programmer for unge.” *Urørt* utgår fra radiokanalen P3, hvor målgruppen er ungdom fra 15-30 år. Som nevnt i kapittel 3.1. mener blant andre Michael Forsman at ungdom som målgruppe har høy symbolverdi. Denne publikumsgruppen brukes gjerne som et symbol på (kringkastings-) institusjonens fremtidspotensial og legitimitet.²²⁹ Dette gjelder kanskje spesielt når man tar den teknologiske utviklingen med i betraktningen; her er ungdom ofte godt rustet til å ta i bruk nyvinninger på andre medieplattformer enn de tradisjonelle, TV og radio. Her er *Urørt* et godt eksempel, siden nettsiden er en stor og viktig del av konseptet. Med det som utgangspunkt er det antakelig en fordel at det er ungdom som er målgruppen. Ungdom har ofte større interesse for å teste ut ny teknologi, og ikke minst har de mer fritid til å prøve ut teknologien enn en gjennomsnittlig ”voksen”.

I tillegg blir det stadig viktigere å ha legitimitet i en ung målgruppe dersom NRK fortsatt skal ha ”livets rett”. Dette understrekes for eksempel i kulturmeldingen *Kringkasting i en digital fremtid* hvor det står at ”For å bevare sin relevans, særlig for de yngre deler av publikum, må NRK satse ressurser på å utvikle attraktive nettbaserte medietilbud”.²³⁰ Både radio, TV og Internett i public service-drakt må forsøke å tilby ungdom programmer og innhold som interesserer dem. Satsningen på nye plattformer

²²⁹ Forsman 2000: 277

²³⁰ Kultur- og Kirkedepartementet 2007:99

finner vi igjen i punkt 2 d) i NRK-plakaten: ”Selskapet skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest mulig ut med sitt samlede programtilbud.” *Urørt* er ikke bare tilstede på en av de nye plattformene som nå regnes som en av de viktigste, Internett, de er også, som vi har sett, en flermedial satsning. Det vil si at det absolutt kan hevdes at de når bredt med sitt programinnhold, ettersom publikum kan finne det på radio fire dager i uka, på nett 24 timer i døgnet, på TV, og ikke minst på nettradio og podkast.

En annen konsesjonsforpliktelse som helt klart er med på å legitimere *Urørt*-satsningen, er punkt 3 g) i NRK-plakaten. Denne omhandler norsk musikk, og lyder som følger: ”NRK skal formidle og produsere norsk musikk og drama. [...] Minst 35 % av musikken som spilles skal være norsk.” Her kommer *Urørt* inn som en svært viktig innholdsleverandør for P3. Ikke bare er all musikken som ligger i *Urørt*-databasen norsk, i radiodelen av konseptet spilles også norsk, nyutgitt musikk som ofte er utgitt på mindre selskaper. Man vier altså litt oppmerksomhet også til de som har kommet et lite steg lenger i karrieren, og fått platekontrakt og utgivelse.

I NRK-plakaten understrekes det også at NRK skal være allment og gratis tilgjengelig. Dette kalles et universalitetskrav eller likhetstanken, helst skal alle ha tilgang og ikke behøve spesialkompetanse for å bruke NRKs tjenester. At brukervennligheten på *Urørt*-sidene er på et akseptabelt nivå er viktig. Både det å laste opp sanger til sin egen eller bandets profilside, og det å laste ned låter for å høre dem, virker relativt enkelt. Det koster ingenting å laste opp låtene sine og være representert med bandet sitt på *Urørt*, og det koster heller ingenting å laste ned eller lytte på låtene. Nettsiden er åpen for alle musikere som har laget musikken og eventuell tekst selv. Som Henning Severud påpeker i en e-post: ”I forhold til andre steder stiller alle som legger musikken sin på *Urørt* helt likt, det er bare musikken som teller – uavhengig av promobudsjetter, reklamekampanjer, kjendiseri, nedlastings- eller salgstall eller hype.”²³¹

Samtidig må man ha utstyr til både å laste opp og ned sanger, altså en pc, og det er det ikke alle som har, selv om tettheten av pcer stadig øker. I tillegg må man i praksis ha litt teknisk kompetanse. De fleste unge i Norge i dag innehar nok denne kompetansen, blant annet på grunn av økt opplæring i databruk på grunnskolen. Videre må man ha

²³¹ Severud i e-post 2008

nettoppkobling for å laste opp låtene, noe ikke alle har. Imidlertid finnes det gratis Internett på en rekke norske biblioteker, og det kommer stadig flere nettkafeer. Selv om man ikke har Internett hjemme hos seg selv finnes det gode muligheter for å ordne det på annet vis. Et annet spørsmål er om man blir en aktiv bruker dersom man må oppsøke nettilgangen utenfor hjemmet.

Likhetstanken videreføres gjennom at alle som bruker tjenesten til å legge ut musikken sin, får vurdert låtene av redaksjonen i *Urørt*. Det kan riktignok ta lang tid, og tilbakemeldingene kan nok være av svært varierende lengde (eller ikke-eksisterende), men alle som ønsker det får altså vurdert låtene sine, med tanke på om de passer til å spilles i *Urørt* på P3.²³² Videre skal alle også ha lik mulighet til å profilere seg på nettsiden. Hvordan man fremstår velger man egentlig selv gjennom hvordan man fyller ut informasjon om bandet eller en selv. Alle som legger ut låter kommer med på en liste over de siste sangene, slik at man forbedrer muligheten til å bli oppdaget av andre.

At alle kan få vurdert låtene sine av *Urørt*-redaksjonen henger sammen med at NRK alltid ”skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping”, som det står i punkt 4 i NRK-plakaten. De tre som vanligvis lytter gjennom låtene er alle musikkprodusenter. En av dem, Henning Severud, tror at dette er mye av årsaken til kredibiliteten til *Urørt*. At disse tre hører gjennom alt som blir lagt ut på nett og vurderer redaksjonelt hvem som skal spilles eller listes er med på å sikre kvaliteten. Han nevner videre at en viktig faktor er at redaksjonen er svært musikkinteresserte og ”har god peiling”.²³³ Dette betyr igjen at de som faktisk spilles på radio, eller eventuelt kommer på ”anbefalt”-listen til redaksjonen, har fått et ”kvalitetsstempel” og kan bruke dette videre i utviklingen av musikken sin, og selvfølgelig også i promoteringssammenheng. Noen vil nok mene at det neste steget i forhold til brukergenerert innhold og interaktivitet vil være å la brukerne selv bestemme hvem som plukkes ut til ”ukas og månedens *Urørt*”. Det er vel ikke så sannsynlig at dette skjer med det første, ettersom mye av kvalitetsstempelet kommer av at det er folk med musikkprodusentbakgrunn som plukker låtene. Imidlertid har brukerne stor innvirkning på resultatet av *Urørt*-finalen, her er det vanligvis slik at publikum

²³² Severud 2008

²³³ Severud i e-post 2008: De som plukker låter til *Urørt* på P3 er Henning Severud, Jørgen Hegstad og programlederen.

bestemmer 50 % og *Urørt*-Juryen bestemmer 50 %. Dette ser ut til å være en god ordning, og bidrar også til at oppslutningen om finalene er stor.

Dessuten får noen *Urørt*-artister delta på festivaler eller turnéer, gjennom *Urørts* etter hvert mangfoldige samarbeidsprosjekter, som jeg har vært inne på tidligere. På spørsmål om hva Siri N. Moen synes om disse samarbeidsprosjektene, påpeker hun først at det er viktig å plukke ut solide festivaler og andre aktører. Videre skriver hun:

Det sier seg selv at konserter henger tett sammen med talentspeiding, og hvis andre som kan arrangement best kan arrangere, mens vi er med på det vi kan; radio, booking og bygging av artister, så får både vi og artistene mer ut av *Urørt*.²³⁴

Det kan nevnes at bookingagenter fra de ulike musikkfestivalene i landet også plukker opp artister fra musikkbasen i *Urørt* på egenhånd. Tidligere festivalsjef for *Quart*, nå sjef for *Hove*-festivalen, Toffen Gunnufsen, sier dette: ”*Urørt* er ein vesentleg del av vår base når vi skal sjekke nye artistar.” Da ser han etter om musikken har ”nerve”: ”Lyden må vere rett både for meg og for det publikummet som kjem på festivalen. Eg har ein følelse av om det er samspel og framdrift i musikken.”²³⁵ Også på denne måten lønner det seg altså å ligge i *Urørt*-basen.

Jeg tror Moen har et godt poeng når hun fremhever at artistene nyter godt av samarbeidsprosjektene til *Urørt*. Konseptet har etter hvert blitt velkjent og anerkjent i det norske musikkmiljøet, noe blant annet antall artikler om det på musikk- og medienettsider som *Kampanje*, *Ballade*, *Panorama* og så videre vitner om. I tillegg lar festivaler som *Norwegian Wood* påmeldingen til sin talentscene gå via *Urørt*, noe som vitner om en anerkjennelse av *Urørt* som aktør i norsk musikkliv. Det at *Urørt* blir anerkjent som en musikkbase hvor man har fokus på kvalitet vil selvfølgelig gagne artistene som velger å presentere musikken sin hos dem. Som Moen sier: ”MANGE ukjente band og artister har fått spillejobb etter Zoom-, Numusic, og sikkert etter hvert Underwood-opptredener.”²³⁶

²³⁴ Moen i e-post 2008

²³⁵ Moen og Rivedal 2008

²³⁶ Moen i e-post 2008

6.2. Mangfold og bredde

I forhold til å tilby et mangfold av innhold har også *Urørt* et ansvar som NRK-konsept. I dette konseptet vil det helst si å kunne tilby mangfold og bredde i musikk sjangrene som spilles på radio, og som kåres til ukas eller månedens *Urørt*. I denne forbindelse har det kommet litt kritikk fra band som mener at ”deres” sjanger aldri blir spilt, noe som gjenspeiles i et av spørsmålene på ”Ofte spurte spørsmål-lista” på nettsiden: ”Hvorfor er det bare pop-/rock-/rap-/dritt-låter (stryk det som ikke passer) som velges ut?”²³⁷ På dette har redaksjonen valgt å svare på følgende måte:

Påstanden om at vi bare plukker låter innen en viss sjanger er regelrett feil. Vi plukker musikk innen alle sjangre. Lett og tung, rask og saktegående, sær såvel som tilgjengelig. Det burde alle som hører gjennom de tidligere utvalgte kunne høre. Og vi jobber bevisst med å plukke låter i forskjellige sjangre. *Urørt* skal være for alle!²³⁸

På spørsmål om det er problematisk å plukke ut varierte sjangere til radioprogrammene, svarer Siri N. Moen at det ikke er vanskelig, fordi ”det finnes så mye rart på *Urørt*, og dette er faktisk plassen det meste kan spilles”.²³⁹ Videre sier hun at når man er såpass interessert i ny, uferdig musikk som *Urørt*-redaksjonen, at de gidder å bruke mellom 30 og 40 timer på det hver uke, må man i utgangspunktet være interessert i flere forskjellige sjangre – og blir dessuten glad når noen kombinerer ting på en ny måte og føder nye sjangre. Moen påpeker likevel at noen subsjangre, kanskje spesielt innen metal, får mindre plass enn de som er basert på melodier og pop/rock. En annen av musikkprodusentene, Jørgen Hegstad, nevner imidlertid at de har krefter innen NRK som er med på å bidra med syning innen sine spesialsjangre. Da tenker han spesielt på Totto Mjelde fra programmet *Pyro*, som bidrar på metalfronten. Mjelde er ofte innom *Urørt*-studioet for å vurdere musikken han kan mye om. Dette, sammen med at metalfolket kanskje er mer vant til å ha sine nisjeprogrammer (som for eksempel *Pyro*), bidrar kanskje til at metalartistene ikke klager på at de får lite spilletid.

²³⁷ Severud 2008

²³⁸ ibid

²³⁹ Moen i e-post 2008

Siri N. Moen trekker frem elektronika/nymusikk som en sjanger hun mener *Urørt* er blitt gode på.²⁴⁰ Også Hegstad nevner elektronika, samt pop og rock som sjangere de er flinkere med enn andre. Dessuten ”innrømmer” han at deler av den elektroniske musikken som trance og dance knapt nok blir spilt. Dette gjenspeiles også i flest klager fra disse musikkmiljøene.²⁴¹ Avslutningsvis i denne diskusjonen om bredde, sier Moen at hiphop er relativt lite representert. Etter hennes personlige mening er årsaken til dette hovedsakelig at det finnes mindre god, ny hiphop enn god, ny rock, indiepop og elektronika i Norge.²⁴²

En av mange artister på *Urørt*, Joachim Laberg, kommer også med et innspill i sjangerdebatten. Laberg spiller i bandet Kids In The Heat, som har lagt på *Urørts* nettsider siden ca. 2005. Laberg forklarer at de spiller en slags glam-metal / puddel-rock-musikk, men med tydelig pop-punk inspirasjon. Hans erfaring med *Urørt* er at det som er hot blir spilt, mens det som er litt ”ut” aldri blir rørt. Laberg bruker sjangeren til bandet hans, puddel-rock, som eksempel. Han sier at denne sjangeren egentlig gikk av moten for 20 år siden, men han mener at sjangeren likrbrl har like stort krav på å bli spilt som alle andre ”utgåtte” sjangere. Det skjer ikke på *Urørt*, hevder han. Labergs oppfatning som artist er at dersom du spiller musikk som kan plasseres innenfor de sjangrene som blir oppfattet som salgbar i Norge, er *Urørt* en god kanal. Spiller du nisjemusikk derimot er det i grunnen nytteløst, mener Laberg.²⁴³

Siri N. Moen har en indirekte kommentar til denne problematikken når hun svarer på hva som kunne vært bedre med *Urørt*. Hun sier at det som alltid er negativt er at det er en relativt liten redaksjon som skal ha oversikt over en stadig voksende masse, altså *Urørt*-musikkbasen. Dette fører også lettere til at artister som føler at de ikke blir vektlagt av redaksjonen er kritiske. Når det gjelder ting hun gjerne ville sett var bedre med *Urørt*, svarer Moen at det er mange ting, men at det har mest med ressurser å gjøre.²⁴⁴

Likevel ser man at det tidligere har blitt konkludert med at P3 legger stor vekt på å holde kvaliteten på musikkutvalget oppe. I Herman Schultz sin oppgave *Et lydspor til*

²⁴⁰ Nymusikk = en slags sjangerbenevnelse, med betydningen at det kan være en slags ”kunstorientasjon” men ofte plassert i et klubb- eller elektronisk miljø, uten at det er mer elektronisk enn den jevne poplåt.

– Moen i e-post 2008

²⁴¹ Hegstad i e-post 2008

²⁴² Moen i e-post 2008

²⁴³ Laberg i e-post 2008

²⁴⁴ Moen i e-post 2008

våre liv? En analyse av NRK P3s musikkprofil som jeg nevnte i kapittel 1.3, skriver han at P3 har en bevisst satsning både på norsk musikk og på sjangermessig bredde.²⁴⁵ Dette begrunner han med at de har en relativt stor musikkredaksjon (i forhold til andre radiokanaler) som plukker ut låtene, i stedet for at dette overlates til et formateringsprogram som Selector.²⁴⁶ Denne oppgaven fokuserte hovedsakelig på musikkprofilen til P3 før omleggingen i 2003. Etter omleggingen har det skjedd mye, og i ettertid har musikkprofilen, som jeg har vært inne på, til tider vært omstridt.

I *Urørt* skal en liten redaksjon ha ansvar og oversikt over et stadig ekspanderende felt og samtidig gi gode tilbakemeldinger til så mange band som mulig. Dette er en utfordring for konseptet. Det blir vanskelig å holde tett kontakt med brukerne når de er så mange. Her har en av deres konkurrenter *Uhørt.no*, som jeg skrev om i kapittel 5.2, valgt en annen tilnærming til utfordringen med de store mengdene låter. De har ingen redaksjon som gir tilbakemelding, hensikten med nettsiden deres er at brukerne og musikken skal stå i sentrum. Artistene og de andre brukerne på nettsida anmelder hverandres sanger og bidrar med tips og ideer til utvikling av låter og sound. For å sikre at aktiviteten på anmeldelsene holdes oppe, har *Uhørt* satt som et kriterium at hver bruker må skrive fem anmeldelser før de kan laste opp en låt selv.²⁴⁷

På *Urørts* nettsider er det ikke så veldig stor aktivitet verken på debattforumet, gjestebøkene eller på anmeldelsesfronten. Man kan jo se for seg at dersom artistene og brukerne selv hadde vært litt mer flittige i å kommentere og komme med innspill på andres musikk, så hadde det kanskje ført til mer fornøyde brukere, og gitt en liten ”avlastning” for redaksjonen. Dersom all forventning til tilbakemelding ligger på redaksjonen, vil det nødvendigvis være mange som blir skuffet over manglende oppmerksomhet, når det er snakk om så store mengder låter. Dette kunne muligens vært bøtet på om brukerne samarbeidet mer om å gi konstruktive kritikker til hverandre.

Her har *Urørt* i så fall en utfordring, men det kan virke som om de har begynt å prøve å få opp aktiviteten fra brukerne nå. På spørsmål om det er noe han skulle ønske var bedre i *Urørt* skriver Jørgen Hegstad at han skulle ønske at band og brukere var flinkere til å være aktive på andre bands gjestebøker. Han etterlyser også noen opphetede

²⁴⁵ Schultz 2005:106-107

²⁴⁶ Op.cit:46-47

²⁴⁷ Hvidsten 2007

diskusjoner på forumet.²⁴⁸ I versjonen av nettsiden som ble lansert tidligere i år (2008) har det blitt litt lettere å gi tilbakemeldinger. Anmeldelser er blitt skilt ut som en egen funksjon på profilsidene til bandene, og i tillegg har man mulighet til å legge til sine favorittband på *Urørt*, slik at de står som favoritt på din egen brukerside, samtidig som du står som ”fan” på deres side. Dessuten har man på hver enkelt sang mulighet til å gi tommel opp eller ned, alt ettersom hva man synes om sangen. Dette kan gjøre det lettere og raskere å gi ros eller ris for låter, noe som kanskje vil føre til at flere tar seg bryet med å gjøre det. I tillegg har man fått en funksjon i gjesteboken som gjør at man kan reservere seg mot at anonyme skriver i den. Dette kan nok være et bra virkemiddel i forhold til å begrense useriøse kommentarer og ”spam” i gjesteboken, noe som visstnok var et problem tidligere.

6.3. Kvalitet og kvantitet

En av utfordringene for aktører som tilbyr ikke-kommersielle, gratis, tjenester, er at de uansett må kunne garantere for kvaliteten på disse tjenestene på lik linje med de som tar seg betalt for tjenestene. Nettets brukere er kravstore og lite lojale dersom noe ikke fungerer. NRK ønsker i utgangspunktet ikke at man skal måtte betale for tjenestene, informasjonen og det man ellers finner på nettsidene deres (utover lisensen). Dette er i utgangspunktet en god tankegang. Problemet er at dersom man stadig får vanskeligheter med at tjenestene deres ikke fungerer på en tilfredsstillende måte, vil man slutte å bruke dem. Til tross for at man ikke har betalt for en tjeneste, som for eksempel å legge ut musikk i *Urørts* musikkbase, og dermed ikke taper noe på at de ikke virker (godt nok), vil man bli irritert, og kanskje slutte å oppsøke denne siden. Kanskje vil man gå over til en annen mer eller mindre tilsvarende tjeneste, som *Myspace*, hvor man også legger ut musikk gratis, men til et globalt publikum. NRK har selvsagt en fordel i forhold til akkurat denne tjenesten, siden et lokalt nettverk nok er det aller viktigste for et ferskt band. Dessuten gir *Urørts* tjeneste selvfølgelig en mulighet til å bli spilt på radio. Likevel er det et viktig poeng at NRK bør ha samme kvalitet og forutsigbarhet i kvaliteten som konkurrerende tjenester hvis det skal være verdt å satse på.

²⁴⁸ Hegstad i e-post 2008

Dette er noe redaksjonen i *Urørt* er klar over, Henning Severud for eksempel, skriver at mye av suksessen til konseptet skyldes NRKs vilje til å videreutvikle og satse på konseptet. ”Siden nettstedet *Urørt* er så stor del av konseptet har det vært viktig å aldri stå på hvil, men å fortsette å utvikle seg og følge med på utviklingen av Internettbruk og lignende”, sier han videre.

Her vil jeg benytte anledningen til å ta opp igjen et poeng fra Garth Alpers artikkel ”XM Reinvents Radio’s Future” (2006), som jeg var inne på i kapittel 3.2.1. Alper skriver at noe av det viktigste for at satellittradioen XM skal unngå å bli kommersialisert, er at de er finansiert av abonnentene sine, noe som gjør at det blir mindre behov for annonsering. Alper var først skeptisk til at XM kom til å beholde presentasjonsformen og programledernes selvstendighet over lengre tid. Han mente at med det samme XM ble virkelig populært, ville eierne ønske å tjene mer penger på konseptet, og dermed begynne med strengere formatering for å få inn annonsører. Men ettersom XM drives på abonnementspenger, har de egentlig ingen incentiver for å formatere etter markedshensyn for å trekke til seg annonsører. Dersom XM endrer på ”suksessformelen” i en retning lytterne ikke liker, vil de ganske enkelt slutte å abonnere på kanalene, og dermed faller finansieringsgrunnlaget deres bort. Da hjelper det heller ikke å få inn annonsører. Ingen vil annonsere på kanaler som mister lyttere. Alper konkluderer med at det største incentivet XM har, er å holde på lytterne og skaffe seg flere, gjennom å satse videre på kvalitet i programmene og på programlederne.²⁴⁹

Denne tankegangen gjelder i stor grad for NRK og *Urørt* også. Her velger riktignok ikke lytterne selv å betale for programmene, her i landet betaler alle som har en mottaker for TV-signaler lisens. Men det at NRK er finansiert gjennom lisenspenger, gjør at de må kunne tilby innhold som kvalitetsmessig og mangfoldsmessig er noe annet enn det man kan finne på kommersielle kanaler. Om man kan finne tilsvarende programinnhold på alle andre reklamefinansierte kanaler, vil grunnlaget for lisensen falle bort. Dette bør gi motivasjon for NRK og konsepter som *Urørt*, til å satse på kvalitet og til å bidra til allmennkringkasteroppdraget, slik at publikum føler at de får noe igjen for det de betaler.

²⁴⁹ Alper 2006: 518

En annen utfordring for *Urørt* er som jeg allerede har vært litt inne på, er den enorme mengden låter. Dette er både en styrke og en svakhet. Det er selvfølgelig en fordel å kunne si at man sitter på den største databasen over norsk musikk, men det gir også store vanskeligheter med å holde oversikt og kontakt med alle artistene. Det skaper også vanskeligheter for brukerne av siden som søker seg til den for å finne god musikk. Det er rett og slett vanskelig å finne fram blant alle disse artistene. *Urørt* forsøker å katalogisere artistene annet sjanger, sted, alfabet og så videre, men likevel kan det noen ganger være slik at man lytter gjennom mye dårlig før man finner noe som man synes er bra. Slik vil det jo være på alle musikksteder, men i og med at *Urørt* både er så stort, og består av artister man ikke kjenner fra før, blir nok problemet ekstra synlig her.

Urørt har et par virkemidler som de benytter seg av for å motvirke denne ”drukningsfaren”. For det første har de en fordel i at de plukker låter som sendes i radioprogrammet, og kan skape oppmerksomhet rundt låtene på denne måten. Dessuten har de lister med låter som redaksjonen anbefaler liggende på nettsiden, i tillegg til at de nyeste låtene blir liggende i en liste på forsiden, samt at de som er lyttet eller lastet ned mest også ligger i lister. Nå har man også fått ordningen med ”nabolag” på bandenes profilside, her legges artister som brukerne mener spiller litt liknende type musikk som det aktuelle bandet. Dette blir litt som Last.fm sitt system som anbefaler artister ut fra det du allerede liker.

Uansett tror jeg nok at *Urørt* har en fordel av å være en nasjonal aktør sett i forhold til den globale Myspace. Siden det allerede er ”drukningsfare” på *Urørt*, er nok dette et enda større problem i global sammenheng. Riktignok fungerer det litt annerledes på Myspace ettersom det ligger langt flere kjente artister på deres nettsider. Kjente artister er jo naturlig nok lettere å finne fram til, siden du allerede vet om artist- eller bandnavnet.

Redaksjonen i *Urørt* hadde holdt på en stund da Myspace ble lansert, men når de så hvor raskt den nye siden vokste ble de litt nervøse for konkurransen. Som Skogly sier i en e-post: ”Ellers ble vi litt svette da Myspace ble stort i 2006, men trykket på *Urørt* har egentlig vært jevnt og fint, så det ser ut til at det er plass til oss begge, men det vil tiden

vise.”²⁵⁰ De to siste årene har pågangen til *Urørt* holdt seg oppe, så det ser ut til at begge aktørene kan holde det gående parallelt.

Noe av det som gir *Urørt* stor betydning for artistene sine er at det er en langvarig prosess i jakten på vinneren av ”Årets *Urørt*”. Siri N. Moen sier det på denne måten:

Mens Bylarm er en festival, holder vi på hver dag. Dessuten holder vi oppsyn med artistene hele tiden; gir dem anledning til å vokse i et åpent laboratorium. Det er her de spiller musikk ingen har hørt før, og får den første følelsen av å spille noe som andre hører på.²⁵¹

Også Henning Severud er klar på at *Urørt* er et forum for utvikling: ”*Urørt* er et uavhengig og ukommersielt fristed der artister og band kan utvikle seg, få kontakter og samarbeide, heller enn en endestasjon,” sier han.²⁵²

Man kan også argumentere for at *Urørt* motvirker fragmentering ved å ta i bruk flere plattformer for å få ut ett eneste prosjekt. Ved at de er til stede på flere plattformer og til ulike tider, øker sjansen for at flere får kjennskap til prosjektet og at de deler den erfaringen *Urørt* kan gi. I tillegg kan det påpekes at selv om *Urørt* er spesialisert gjennom at det dreier seg om musikk, er det ikke så spesialisert at det kun dreier seg om én sjanger.

I følge Graham Murdock er den tiltakende kommersialiseringen et av de største problemene ved Internett. Her skiller *Urørts* nettsider seg fra hovedsiden til NRK, siden til *Urørt* har ikke reklame, noe hovedsiden har. NRK har møtt kritikk for å ikke skille klart mellom kommersielt og ikke-kommersielt innhold, nettopp fordi de benytter seg av reklame på nettsidene sine. Denne kritikken blir selvfølgelig brukt for alt den er verdt av konkurrentene til NRK, deriblant TV2 og P4, som hevder at statskanalen ikke bør få lisenspenger når de har inntekter fra annonsører. *Urørt*-konseptet derimot imøtegår Murdocks og andres utfordring om å være reklamefrie og ikke-kommersielle. At dette var viktig for de som stod bak konseptet kommer tydelig fram i dette sitatet fra musikkmagasinet *Ballade*: ”[...] redaksjonen roser seg av at sidene verken er finansiert av leskedrikker, buksemerker eller tellerskritt.”²⁵³

²⁵⁰ Skogly i e-post 2008

²⁵¹ Istad 2008

²⁵² Severud i e-post 2008

²⁵³ Skancke-Knutsen 2000

6.4. Bidrar *Urørt* til NRKs allmennkringkasteroppdrag?

I kulturmeldingen *Kringkasting i en digital fremtid* (2006-2007) påpekes det at NRKs *Urørt*-tjeneste er et interessant eksempel på hvordan man via Internett kan åpne for å slippe til brukerne som produsenter.²⁵⁴ *Urørt* prøver å være den beste tilbyderer av ny, norsk musikk til den norske musikkbransjen, og samtidig være leverandør av det beste konseptet for de nye artistene i forhold til å få vist seg frem og gjøre musikken sin bedre kjent. Men er dette nok til å bidra til å fylle allmennkringkasteroppdraget?

6.4.1. *Urørt*-redaksjonen

Det er liten tvil om at de som jobber og har jobbet med *Urørt* ser på det som et viktig bidrag for allmennkringkasteren NRK. Alle fra *Urørt*-redaksjonen som jeg har skrevet til har ment at *Urørt* har mange oppgaver som fyller allmennkringkasterforpliktelser.

Siri N. Moen for eksempel, mener at *Urørt* bidrar til samfunnsoppdraget og styrker norsk kultur, ved å bedre forholdene for neste generasjon utøvere, og å bringe kontinuitet inn i nettverdenen. Å være en ansvarlig, ikke-kommersiell vert for store mengder innhold på Internett bør være i allmennkringkastingens framtid, i følge Moen. Dessuten påpeker hun at *Urørt* er veldig demokratisk og åpent.²⁵⁵ Moen har også blitt intervjuet av *Dagsavisen*, og der svarte hun slik på spørsmålet om det er en allmennkringkastingsoppgave å fremme nye artister:

Det ligger innenfor at vi skal stimulere til ny, norsk kultur. Nå husker jeg ikke allmennkringkastingsplakaten i hodet, men NRK har alltid drevet med å vise fram nye talenter. Og sånn sett er det en tradisjon som går tilbake til Vidar Lønn-Arnesen og til og med Rolf Kirkvaag. [...] Jeg mener *Urørt* er noe av det beste P3 gjør i dag.²⁵⁶

Moen er ikke den eneste i P3 som mener at *Urørt* fyller en allmennkringkastingsoppgave, også kanalsjef Marius Lillelien har uttalt seg i samme vendinger. Han har også vært intervjuet av *Dagsavisen*, og sa da at *Urørt* er et eksempel på god allmennkringkasting:

Det gir et slagkraftig tilbud om vi kombinerer en egen nisjekanal på radio, med nettsamfunn for tilhengere av sjangeren, og podcast-tjenester der man

²⁵⁴ Kultur- og Kirkedepartementet 2007: 26

²⁵⁵ Moen i e-post 2008

²⁵⁶ Lie 2008

kan laste ned musikken til mp3-spilleren sin. Vi vil se flere eksempler på slike satsinger i løpet av de neste fem årene.²⁵⁷

Også tidligere kanalsjef i P3, Nils Heldal, har uttalt seg svært positivt om *Urørt*. I forbindelse med lanseringen av *Ulyd*, en nettside for lydkunst og visuelle eksperimenter og en sjanger på *Urørt*, sa Heldal følgende til *Klassekampen* i 2004:

Urørt [...] har hatt dundrende suksess, og er den i Europa som har fått et slikt forsøk best til. Nesten 10 000 sanger ligger på nettstedet. Her kan hvermannen eller de musikkinteresserte sende inn sangene de har laget, og diskutere hverandres verk.²⁵⁸

NRK mente at å lansere *Ulyd* på Internett var en bedre løsning enn det de hadde gjort tidligere, nemlig at *Ulyd* var en programpost på P2. Heldal kommenterte på denne måten: ”Internettløsningen er bedre enn å ta dette inn i radio: på Internett er man tilstede for lytterne hele tiden. Dette blir allmennkringkasting på nett. [...] Internett er ikke lenger en tilleggstjeneste, men et medium.”²⁵⁹

De andre som jobber med *Urørt* nå, Morten Skogly og Jørgen Hegstad er også bevisste på allmennkringkasteroppdraget. Skogly hevder at nå for tiden er *Urørt* bortimot flaggskipet til NRK på nett, og forteller at redaksjonen får veldig mye skryt for det de har laget. Men han sier også at det egentlig tok 7 år før ledelsen i NRK skjønnte hvor unikt og viktig *Urørt* er, og nå håper han at denne bevisstheten varer i mange år til.²⁶⁰ Hegstad tenker faktisk på *Urørt* som det sterkeste bidraget til NRKs allmennkringkasteroppdrag, av den grunn at det er gratis, fritt og nører opp under et yrende norsk musikkliv. Videre skriver han: ”Dette er noe vi [redaksjonen] har et bevisst forhold til, og vi håper at det vi gjør er viktig for mange, og forhåpentligvis vil vi være det i mange år fremover.”²⁶¹

²⁵⁷ Pedersen 2008

²⁵⁸ Haugen 2004

²⁵⁹ ibid

²⁶⁰ Skogly i e-post 2008

²⁶¹ Hegstad i e-post 2008

7.0 Avslutning

Mediemarkedet i Norge er i endring, blant annet på grunn av en pågående overgang til digital distribusjon av både radio- og TV-signaler. Som en konsekvens av dette kan vi om kort tid stå igjen med bare en allmennkringkaster, nemlig NRK. Konkurransen i markedet er stadig økende, og ettersom NRK er den eneste kringkasteren som mottar lisenspenger, har de press på seg til å levere innhold som skaper høye publikumstall. Ikke fordi et stort publikum er et mål i seg selv, men for å legitimere lisensfinansieringen.

I denne situasjonen gjør NRK mye for å beholde sin posisjon som en tung og viktig institusjon i det norske mediemarkedet. Dette innebærer blant annet en solid satsning på Internett. Ettersom NRK sitter på store redaksjonelle ressurser og enorme innholdsarkiver, er det naturlig at de satser flermedialt. NRK har en stor fordel i forhold til mange andre mediebedrifter, de har lang erfaring med å produsere materiale for ulike plattformer (radio, TV og nå også Internett). Denne tverrmediale tenkningen har, blant mye annet, resultert i musikkkonseptet *Urørt*, som jeg har sett nærmere på i denne teksten. *Urørt*, som nå opererer både på radio, TV og Internett, har vokst seg større og større, til de nå virkelig er en aktør å regne med i norsk musikkliv.

NRK fikk ganske nylig klarsignal på at allmennkringkastingsoppdraget deres også skal omfatte satsning på Internett. Nettsiden NRK.no har eksistert lenge, men kvaliteten på siden har ikke alltid vært så mye å skryte av. Da er det gledelig å registrere at NRK viste vilje til nytenkning og fremsynthet når de lanserte *Urørt* på nett allerede i 2000, lenge før store aktører som Myspace, Youtube og Last.fm. *Urørt* var helt fra begynnelsen bevisste på at det var allmennkringkasting de skulle drive med. Allerede i første pressemelding som annonserte *Urørts* kommende musikkbibliotek på Internett ordla de seg slik: ”nytt norsk talent er altfor viktig til at det kan overlates de kommersielle kreftene. [...] NRK har et ansvar for å gi dem som vil spille en plattform å spille på. På fagspråket kaller vi det allmennkringkasting.”²⁶²

Når jeg nå har sett på allmennkringkastingsforpliktelsene er det enkelte som helt klart oppfylles gjennom *Urørt*. Dette gjelder norskspråklige programmer for unge og

²⁶² Skancke-Knutsen 2000

satsning på norsk musikk. Disse er det ikke tvil om at *Urørt* fyller. Videre skal NRK være tilstede på alle viktige plattformer for å spre innholdet sitt på best mulig måte. Nettsiden til *Urørt* er en veldig stor og viktig del av konseptet. Internett blir viktigere som plattform for hver dag som går, og det har nok vært en stor fordel, både for kredibiliteten og antall brukere, at *Urørt* kom i gang så tidlig som det gjorde.

Videre er det viktig for an allmennkringkaster at tjenestene de tilbyr skal være gratis, åpne og tilgjengelige for alle. Også her fyller *Urørt* forpliktelsene ganske godt, tjenesten er gratis og åpen for alle. Ikke alle har pc hjemme, men de fleste i målgruppen til *Urørt*, nemlig ungdom, har nok tilgang til datamaskin enten på skole, bibliotek eller lignende.

NRK-konsepter skal dessuten alltid strebe etter høy kvalitet og mangfold, og i *Urørt* løser de dette med å ha tre musikkprodusenter som hører gjennom all musikk og plukker ut låter til radiospilling etcetera. Her ligger det likevel en utfordring, som også redaksjonen selv har pekt på: med bare tre personer som skal høre på alt som legges ut på nettsidene, sier det seg selv at det blir vanskelig å holde oversikten. Det er også enkelte sjangere redaksjonen er bedre på enn andre, og dette fører kanskje til at en del sjangere ikke slipper til. Om man var flere i redaksjonen ville det sikkert hjulpet litt, men med så mange band og låter som ligger i basen nå, vil det alltid være sjangere som blir, eller føler seg, oversett. Her kunne det muligens vært til hjelp med mer aktivitet og tilbakemeldinger brukerne imellom.

Det som er aller viktigst med *Urørt* er at de gir unge musikere en plattform for musikken deres, et forum hvor musikken kan utvikles og kanskje vises frem også i andre kanaler. Ungdomssatsninger er ekstremt viktige for NRK, det er ungdom som vil være det fremtidige publikummet. Hvis NRK ikke klarer å fange interessen deres og gi de unge et forhold til NRK, vil grunnlaget for lisensen med tiden falle bort. Dette understrekes blant annet i *Kringkasting i en digital fremtid*, der det står at legitimitet i en ung målgruppe må til dersom NRK fortsatt skal ha "livets rett". Det er nok her *Urørt* gjør den aller viktigste innsatsen for NRKs allmennkringkasteroppdrag: de bygger et forhold til de unge gjennom musikk. I dagens hektiske samfunn finnes det fortsatt en trang til å ha noen felles referansepunkter og møtesteder for felles opplevelser. Allmennkringkasterne kan fortsette å fylle dette behovet for sosial og kulturell "sement", også for de unge.

7.1. Avsluttende refleksjoner

Denne oppgaven har fokusert mye på hvordan *Urørts* utvikling har vært, fra de startet opp som talentkonkurranse i et radioprogram, frem til et ganske unikt flermedialt konsept på radio, TV og nett. Dette har det vært gjort lite forskning på tidligere, så det tok tid å få oversikt over hvordan *Urørt* har utviklet seg gjennom de snart ni årene det har eksistert. Videre har jeg sett på hvordan *Urørt* skjøtter allmennkringkasteroppdraget. Dette har vært interessant, og hjulpet meg å strukturere informasjonen om *Urørt*.

Dersom jeg skulle gjort noe om igjen i denne oppgaven, ville jeg kanskje gjort personlige, kvalitative intervjuer med *Urørt*-redaksjonen. Men på den andre siden fikk jeg mye god informasjon via e-post. Når jeg i tillegg hadde såpass mye skriftlig materiale å bygge på, fungerte det godt for meg å ta intervjuene via e-post.

Både tiden og lengden på oppgaven setter begrensninger for hvor dypt man kan gå inn i temaer. Nå som *Urørts* historiske utvikling er litt mer etablert, ville det vært interessant dersom noen kunne bygge videre på denne utviklingen, og drøftelsen av hvordan de har forvaltet NRKs forpliktelser. En innholdsanalyse av radioprogrammet kunne for eksempel vært interessant. Man kunne se på hvordan artister blir presentert der, eller på hvordan bredden i musikken faktisk er. Andre temaer som kunne vært spennende å gjøre noe på er hvordan brukerne av *Urørt* oppfatter tjenesten, hva de får ut av det og hva de er fornøyde eller misfornøyde med. Disse spørsmålene overlater jeg til andre å finne ut av.

8.0 Litteratur

- Aagesen, Ragnhild (2007) *NRK – Allmennkringkaster på DAB? En studie av NRKs rolle som allmennkringkaster i en digitalisert radioframtid*. Masteroppgave i Medievitenskap, Universitetet i Oslo.
- Alper, Garth (des.2006) "XM Reinvents Radio's Future" i *Popular Music and Society*, årgang 29, nummer 5:505-518
- Coleman, Stephen (2004) "From Service to Commons: Re-inventing a space for Public Communication", s.88-107 i Tambini og Cowling (red) *From Public Service Broadcasting to Public Service Communication*, London, IPPR
- Dahl, Hans Fr. og Bastiansen, Henrik (1999) *Over til Oslo. NRK som monopol 1945-1981*, NRKs historie, bind 3, Cappelens forlag, Gjøvik.
- Forsman, Michael (2000) *Från klubbrum til medielabyrinth. Ungdomsprogram i radio och TV 1925-1993*. Stiftelsen Etermedierna i Sverige.
- Gentikow, Barbara (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*, Ij-forlaget, Kristiansand.
- Gripsrud, Jostein (2002) [1999] *Mediekultur, mediesamfunn*, Universitetsforlaget, Oslo
- Halse, Ketil og Østbye, Helge (2003) *Norsk kringkastingshistorie*, Det norske samlaget, Oslo
- McKee, Alan (2005) *The Public Sphere: An introduction*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Moe, Hallvard (2003) *Digitaliseringen av fjernsyn og allmennkringkastingens skjebne*. Hovedoppgave (og Publikasjon nr. 54), Institutt for Medievitenskap, Universitetet i Bergen.
- Murdock, Graham (2005) "Building the Digital Commons. Public Broadcasting in the age of the internet." s. 213-31 i Lowe og Jauert (red) *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*, Nordicom, Göteborg
- Rasmussen, Terje 2006 *Nettmedier. Journalistikk og medier på Internett*. 2.utgave, Fagbokforlaget, Bergen.
- Ryen, Anne 2002 *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Schultz, Herman (2005) *Et lydspor til våre liv? En analyse av NRK P3s musikkprofil*. Hovedoppgave, Institutt for Musikkvitenskap, Universitetet i Oslo.
- Syvertsen, Trine (1997) *Den store TV-krigen: Norsk allmennfjernsyn 1988-96*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Syvertsen, Trine (2004) *Mediemangfold. Styring av mediene i et globalisert marked*. IJ-forlaget, Kristiansand.
- Thomsen, Ragnhild (2004) *Sport i norsk radio 1982-2004*, Hovedoppgave, Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen
- Van den Bulck, Hilde (2007) "Old Ideas Meet New Technologies: Will digitalisation Save Public Service Broadcasting (Ideals) from commercial death?" i *Sociology Compass* årgang 1, nummer 1: 28-40, Blackwell Publishing.

8.1. Artikler på Internett:

P3 Rockster 2008 "Månadens demo" [Sist besøkt 25.05.2008]

<http://www.sr.se/cgi-bin/p3/programsidor/index.asp?ProgramID=1604>

P3 Lab 2008 "Det här är P3 Lab", Digfi
<http://www.digfi.com/p3lab/default.aspx> [Sist besøkt 25.05.2008]

Aase, Anne (06.01.2008) "Britene har tro på Ida Maria" NRK nyheter
<http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/nordland/1.4446176> [Sist besøkt 25.05.2008]

Aftenposten (12.05.2007) "Digital Fremtid", leder i Aftenposten
http://www.aftenposten.no/meninger/leder_morgen/article1783616.ece, [sist besøkt 23.05.07]

Amundsen, Erik Sætrang (20.10.2005) "P3 og Norgesnett samarbeider om Zoom", *Panorama* <http://www.panorama.no/vis.php?kat=3&did=4598> [Sist besøkt 25.05.2008]

Ballade-redaksjonen (15.01.2007) "Klart for Urørte talenter", *Ballade*
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2007011511301930037994> [Sist besøkt 25.05.2008]

Ballade-redaksjonen (18.10.2005) "Uhort.no når 500 000 nedlastinger", *Ballade*
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2005101711344865067063> [Sist besøkt 25.05.2008]

Batzer, Vilde (04.02.2005) "Hurra, ny versjon!", NRK P3
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=4484953> [Sist besøkt 25.05.2008]

Batzer, Vilde (25.11.2003) "Urørt fikk gjev nettpriis", NRK *Upunkt*
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=3293718> [Sist besøkt 25.05.2008]

Batzer, Vilde (22.04.2004) "1000 nye Urørt-band siden nyttår", NRK *Upunkt*
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=3717176> [Sist besøkt 25.05.2008]

Bjerkaas, Hans-Tore (02.10.2007) "Samfunnsoppdraget – NRKs privilegium", *Aftenposten* <http://www.aftenposten.no/meninger/debatt/article2025773.ece> [Sist besøkt 25.05.2008]

Breen, Marta (01.03.2002) *By:alarm* i Dagbladet
<http://www.dagbladet.no/kultur/2002/03/01/316361.html> [Sist besøkt 25.05.2008]

Breakwater Records (2006) "Andre Bordsetting" om Number Seven Deli
<http://64.233.183.104/search?q=cache:Rek3NXvEmlAJ:www.breakwaterrecords.com/t/delialbumskriv.doc+P3-favoritt+og+norsk+delikatesse&hl=no&ct=clnk&cd=1&gl=no&client=firefox-a> [Sist besøkt 25.05.2008]

Eik, Espen A. (08.02.2005) "Hør på Oslos urørte artister!", *Aftenposten*
http://www.aftenposten.no/kul_und/musikk/article964822.ece [Sist besøkt 25.05.2008]

Ernes, Ann Kristin (01.09.2005a) "Podradio-suksess for Sveriges radio", Digi.no
<http://www.digi.no/php/art.php?id=264073> [Sist besøkt 25.05.2008]

Ernes, Ann Kristin (07.12.2005b) "NRK vurderer podcasting mot betaling", Digi.no
<http://www.digi.no/php/art.php?id=282820> [Sist besøkt 25.05.2008]

Fjellidal, Stian (14.12.2006) "Ikke stjel andres låter!", NRK P3
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=5820022> [Sist besøkt 25.05.2008]

Fordal, Jon-Annar (16.01.2002) "P1s store talentjakt" NRK P1
www.nrk.no/kanal/nrk_p1/1.1625294 [Sist besøkt 25.05.2008]

Haram, Øyvind André (27.09.2001) "Vil du bli hørt?", NRK *Musikk*
www.nrk.no/musikk/1.855133 [Sist besøkt 25.05.2008]

Hareide, Solveig (13.09.2006) "Urørt har tippa 15 000 band!", NRK P3
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleid=5771815&genreid> [Sist besøkt 25.05.2008]

Haugen, Karin (10.07.2004) "Ulyd på nett", Klassekampen

<http://www.klassekampen.no/14804/article/item/null> [sist besøkt 25.05.2008]
Hauger, Knut Kristian og Hjellemo, Hans (25.01.2007) ”NRKs nye nettstrategi”, Kampanje, <http://www.kampanje.com/medier/article108646.ece> [Sist besøkt 01.04.08]
Hegstad, Jørgen (25.07.2001) ”Urørt lever- lenge leve Urørt”, NRK *Urørt* <http://web.archive.org/web/20010725055327/urort.nrk.no/cgi-bin/urort/index.cgi> [Sist besøkt 25.05.2008]
Heyerdahl, Siri (14.02.2005) ”Urørt på P3”, NRK P3 <http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=4493334> [Sist besøkt 25.05.2008]
Hjellemo, Hans (09.11.2007) ”Samler NRK-krav i ny plakate”, i Kampanje. <http://www.kampanje.com/medier/article172341.ece> [Sist besøkt 28.02.08]
Holen, Øyvind (15.05.2001a) ”Finito for Freetrax”, *Ballade* <http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2001051512110363814602> [Sist besøkt 25.05.2008]
Holen, Øyvind (20.06.2001b) ”Telenor kjøper Freetrax”, *Ballade* <http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2001062010533168308079> [Sist besøkt 25.05.2008]
Hvidsten, Sigrid (28.03.2007) ”Last ned 9047 undergrunnslåter på Dagbladet.no”, *Dagbladet* <http://www.dagbladet.no/kultur/2007/03/28/496354.html> [Sist besøkt 25.05.2008]
Istad, Guro (06.02.2008) ”Urørt gir karrieren et løft”, *Bergens Tidende* <http://www.bt.no/bergenpuls/musikk/article503918.ece> [Sist besøkt 25.05.2008]
Jemtegard, Marianne (24.10.2001) ”Vil gi musikk Norge mer selvtilit”, *Ballade* <http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2001102412010773457999> [Sist besøkt 25.05.2008]
Jemtegard, Marianne (mai 2001) ”Slutt for Freetrax”, *Musiq.no* <http://www.musiq.no/nyhet.php?artno=202> [Sist besøkt 25.05.2008]
Johansen, Rune (20.02.2004) ”Sissy Wish”, NRK *musikk* <http://www.nrk.no/musikk/artistar/3544163.html> [Sist besøkt 25.05.2008]
Lie, Øystein (18.01.2008) ”Hørt og Uhørt”, *Adresseavisen* <http://www.adressa.no/kultur/article1013058.ece> [Sist besøkt 25.05.2008]
Løvstad, Geir-Inge (09.01.2003) ”Viktig om Urørt”, NRK *Upunkt* <http://web.archive.org/web/20030207192425/www.nrk.no/magasin/upunkt/urort/2438700.html> [Sist besøkt 25.05.2008]
Løvstad, Geir-Inge (13.02.2004) ”Årets Urørt!”, NRK *Upunkt*. <http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=3523234> [Sist besøkt 25.05.2008]
Løwe, Kristine (15.11.2007) ”NRK runder millionen på nett”, *Journalisten* <http://www.journalisten.no/story/49663> [sist besøkt 25.05.2008]
Moen, Siri N. og Rivedal, Maria (14.01.2008) ”Urørt, Toffens sjekkeplass”, NRK P3 <http://nrk.no/p3/article/page/view/1.4517098> [Sist besøkt 25.05.2008]
Møllerop, Karen Moe (20.10.2005) ”Sammen om Zoom”, P3s nettredaksjon <http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=5159256> [Sist besøkt 25.05.2008]
Mærli, Morten Bremer (01.02.1997) ”Internett: Demokratisk forum eller markeds plass?” <http://www.apollon.uio.no/vis/art/1997/2/Internett> [Sist besøkt 19.01.2008]

Neset, Tore (24.01.2008a) ”Blir størst på gratismusikk”, IT-avisen
<http://www.itavisen.no/blir+st%F8rst+p%E5+gratismusikk/art505585.html> [Sist besøkt 25.05.2008]

Neset, Tore (14.04.2008b) ”Last.fm øker musikksalget”, IT-avisen
http://www.itavisen.no/sak/520304/Last.FM_%C3%B8ker_musikksalget/ [Sist besøkt 25.05.2008]

Nordal, Paul A. (01.09.2003) ”Nye P3 på luften i dag”, *Panorama*
<http://www.panorama.no/vis.php?kat=3&did=374> [sist besøkt 04.04.2008]

Osvold, Leif (20.08.1996) Kopi av debattinnlegget ”Internett, en flopp!”, opprinnelig publisert i Dagens næringsliv: [Sist besøkt 25.05.2008]
<http://www.fiskersiden.no/forum/lofi/version/index.php?t23463.html>

Oftedahl, Live (22.08.2007) ”Urørt er stort!”, NRK P3
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=5857409> [Sist besøkt 25.05.2008]

Oftedahl, Live (19.01.2008) ”Årets urørt: Matias Tellez!”, NRK P3
<http://nrk.no/p3/article/page/view/1.4552374> [Sist besøkt 25.05.2008]

Pedersen, Bernt Erik (25.02.2008) ”Vil lage NRK Alltid Metal”, *Dagsavisen*
<http://www.dagsavisen.no/kultur/article336842.ece> [Sist besøkt 25.05.2008]

Rivedal, Maria (april 2008) ”Frisk opp Urørtprofilen din”, NRK P3
<http://www11.nrk.no/urort/articlePP.aspx?pparticleid=1.5284517> [Sist besøkt 25.05.2008]

Ruud, Tor-Erling T. (10.06.2002a) ”Urørt i koma!”, NRK *Upunkt*
<http://web.archive.org/web/20020804171230/www.nrk.no/magasin/upunkt/1910988.html>
 [Sist besøkt 25.05.2008]

Ruud, Tor-Erling T. (08.05.2002b) ”Plukket opp Ugress”, NRK *Upunkt*
<http://www.nrk.no/programmer/radioarkiv/kaliber/1841174.html> [Sist besøkt 25.05.2008]

Ryvarden, Einar (19.04.2005) ”NRK prøvesmaker på podcasting”, Digi.no
<http://www.digi.no/php/art.php?id=212414> [Sist besøkt 25.05.2008]

Severud, Henning (2008) ”Spørsmål og svar”, *NRK Urørt*
<http://www11.nrk.no/urort/articlePP.aspx?pparticleid=1.5045210> [Sist besøkt 25.05.2008]

Skancke-Knutsen, Arvid (21.12.2000) ”Urørt – ny musikkbase for norske talenter” i *Ballade* <http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2000122111255628398260>

Skancke-Knutsen, Arvid (05.02.2004) ”Søt musikk for Studentradioene i Norge – Urørt offensiv fra P3”, *Ballade* [Sist besøkt 25.05.2008]
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004020514582448459601>

Skancke-Knutsen, Arvid (05.09.2005) ”P3-debatten skyter fart: - Nye anklager om ensretting og maktarroganse”, *Ballade* [Sist besøkt 25.05.2008]
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2005090514564638045777>

Skogly, Morten (07.03.2008) ”NRK Urørt tester livestreaming fra mobil via Bambuser” *NRKbeta* <http://nrkbeta.no/nrk-ur%c3%b8rt-tester-livestreaming-fra-mobil-via-bambuser/#more-1401> [Sist besøkt 25.05.2008]

Skogly, Morten (26.10.2005) ”Urørt nr. 2 i iTunes” i *Urørts* debattforum
<http://snakk.nrk.no/debatt/showthread.php?postid=553094> [sist besøkt 25.05.2008]

Solstad, Øyvind (26.03.2008) ”NRKbeta-doctrine”, NRKbeta
<http://nrkbeta.no/the-nrkbeta-doctrine/> [Sist besøkt 25.05.2008]

Steen, Knut (28.09.2005) "Bylarm dumper P3, velger Kanal 24", *Ballade*
<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2005092812432546435339> [Sist besøkt 25.05.2008]

Stenberg, Ola E. (19.01.2008) "Norwegian Wood lager Urørt-scene", *VG nett*
<http://www.vg.no/musikk/artikkel.php?artid=515525> [Sist besøkt 25.05.2008]

Stoveland, Sveinung (01.03.2002) "Katthult: Urørt har betydd alt for oss"
Gitarist Bjørn Barstad i Katthult intervjuet i NRK *Upunkt*
www.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=1687310 [Sist besøkt 25.05.2008]

Urørt-redaksjonen (10.01.2001) "Årets Urørtvinnere er kåret", NRK
<http://www3.nrk.no/magasin/upunkt/musikk/670664.html> [Sist besøkt 25.05.2008]

Urørt-redaksjonen (18.01.2008) "Norwegian Wood + Urørt = sant", NRK *Urørt*
<http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleId=5863447> [Sist besøkt 25.05.2008]

Wall, Tim (2004) "The political economy of Internet music radio". *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*, årgang 2, nummer 1: 27-44.
<http://dx.doi.org/10.1080/03007760500167446> [Sist besøkt 25.05.2008]

8.2. Informasjon fra Internett

Kultur- og Kirkedepartementet (2007) *Kringkasting i en digital fremtid* St.meld nr. 30
<http://www.regjeringen.no/pages/1974790/PDFS/STM200620070030000DDDPDFS.pdf>

Musikkavdelingen ved Bergen off. Bibliotek på Myspace, opprettet 2006
<http://www.myspace.com/nettbiblioteket> sist besøkt 04.04.2008

Nettbiblioteket, database over Bergensband og artister
<http://www.nettbiblioteket.no/musikk/bergensband/> sist besøkt 14.15.2008

NRKs vedtekter:
<http://www.sprakrad.no/upload/3183/NRK-vedtekter.pdf>

Om Bittorrent: <http://www.startguiden.no/bittorrent/>

Pressemelding fra Kultur- og Kirkedepartementet (09.11.2007):
"NRK-plakaten samlar dei overordna krava til NRK"
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/pressesenter/pressemeldinger/2007/NRK-plakaten-samlar-dei-overordna-krava-.html?id=488962> [Sist besøkt 28.02.08]

SSB: *IKT i husholdningene* (2006a)
http://www.ssb.no/emner/10/03/sa_ikt/sa89/kap4.pdf

SSB: *IKT i næringslivet*(2006b)
http://www.ssb.no/emner/10/03/sa_ikt/sa89/kap5.pdf

SSB: *Informasjonssamfunnet* (2007)

Superstreng nr.98 (17.03.2008) Kanal 24 [sist besøkt 03.04.2008]
http://www.superstreng.no/1205737132_superstreng_98_med_e.html#comment
<http://www.ssb.no/emner/10/03/ikt/> (Nykelstal)

TV2s Allmennkringkasterregnskap, 2004
http://pub.tv2.no/multimedia/TV2/archive/00189/TV_2_-_Allmennkring_189602a.pdf.,
[sist besøkt 10.03.2008]

8.2.1. Årsrapporter:

NRK i 2001 til *NRK i 2006*, finnes på: <http://nrk.no/informasjon/1.5287671>
NRK i 2007: <http://www.nrk.no/aarsrapport/2007/#forsiden?sk=no>

8.3. Avisartikler:

- Henriksen, Arve (11.06.2007) *Aftenposten* og *NRK mest troverdige*, *Aftenposten Morgen*, s.9 i del 2.
- Mjør, Kjersti (17.11.2007) *Samfunnsoppdrag søker TV-kanal*. Undersak: *TV2 vil ta betaling*, *Bergens Tidende*, s. 46
- Moe, Hallvard (23.05.2007) *Reklamerot*, *Dagens Næringsliv*, s.63
- Vargel, Annicken (07.04.2000) *P3-favoritt og norsk delikatess*, *Aftenposten*, s. 22 i del 2.

8.4. E-post – intervjuer:

- Hegstad, Jørgen (april 2008) Musikkprodusent i P3 og *Urørt*
- Moen, Siri Narverud (mai 2008) Tidligere programleder for *Urørt*
- Severud, Henning (april 2008) Gruppeleder for NRK *Urørt*
- Skogly, Morten (mai 2008) Nettutvikler og community manager i *Urørt*
- Laberg, Joachim, artist på *Urørt* (april 2008)
- Tor M. Eide, medieforsker ved NRK forskningen, saksopplysninger gitt per e-post (april 2008)

8.5. Nettsider

Flickr: www.flickr.com/

Last.fm: www.last.fm

Micromusic: www.micromusic.net

Myspace: www.myspace.com

NRK "Hilsen Norge": <http://www.nrk.no/hilsennorge/>

NRK, *Lydverket*: <http://www.nrk.no/lydverket/om-lydverket/>

NRKs ungdomsportal *Upunkt*: www.nrk.no/upunkt

NRK *Urørt*: www.nrk.no/urort

YouTube: www.youtube.com/

NRK-plakaten

1. NRK skal understøtte og styrke demokratiet

- a. NRKs samlede allmennkringkastings-tilbud skal ha som formål å oppfylle demokratiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet.
- b. NRK skal bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser.
- c. NRK har som oppgave å avdekke kritikkverdige forhold og bidra til å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.
- d. NRK skal være redaksjonelt uavhengig. NRK skal verne om sin integritet og troverdighet for å kunne opptre fritt og uavhengig i forhold til personer eller grupper som av politiske, ideologiske, økonomiske eller andre grunner vil øve innflytelse på det redaksjonelle innholdet. Virksomheten skal preges av høy etisk standard og over tid være balansert. Saklighet, analytisk tilnærming og nøytralitet skal etterstrebes, jf. bl.a. prinsippene i Redaktørplakaten, Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten.

2. NRK skal være allment tilgjengelig

- a. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være tilgjengelige for hele befolkningen. NRK skal søke en bredest mulig distribusjon av sitt øvrige programtilbud.
- b. Det skal som utgangspunkt ikke kreves betaling for NRKs allmennkringkastings-tilbud. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være gratis til-

gjengelige for alle lisensbetalere på minst én distribusjonsplattform.

- c. Ved utformingen av NRKs tilbud må det tas hensyn til funksjonshemmede, bl.a. gjennom teksting av fjernsynsprogrammer.
- d. Selskapet skal være til stede på, og utvikle nye tjenester på alle viktige medieplattformer for å nå bredest mulig ut med sitt samlede programtilbud.
- e. NRK bør så langt som mulig benytte åpne standarder, så fremt ikke økonomiske eller kvalitative hensyn taler imot dette.

3. NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur

- a. NRK skal reflektere det geografiske mangfoldet i Norge og ha et godt lokalt tilbud og lokal tilstedeværelse.
- b. NRK skal bidra til å styrke norsk og samisk språk, identitet og kultur. En stor andel av tilbudet skal ha norsk forankring og speile norske virkeligheter. NRK skal ha et tilbud for minoriteter.
- c. NRK skal formidle kunnskap om, og speile mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn.
- d. NRKs tilbud skal i hovedsak bestå av norskspråklig innhold. Begge de offisielle målformene skal benyttes. Minst 25 pst. av innholdet skal være på nynorsk.
- e. NRK plikter å formidle innhold som enten er produsert i, eller som tar det innholdsmessige utgangspunkt i, distriktene.
- f. NRK skal formidle norsk kultur og en bred variasjon av norske kunstuttrykk

fra mange ulike kunstnere, uavhengige miljøer og offentlige kulturinstitusjoner.

- g. NRK skal formidle og produsere norsk musikk og drama. NRK skal formidle norsk film og stimulere det norske filmmiljøet. Minst 35 pst. av musikken som spilles skal være norsk. NRK skal holde et fast orkester.
- h. NRK skal formidle kulturarven i Norge. Arkivene til NRK er en del av denne. Selskapet skal arbeide for å digitalisere og tilgjengeliggjøre disse arkivene for befolkningen. Arkivtilbudet skal i hovedsak være gratis tilgjengelig.
- i. NRK skal gjenspeile Norges religiøse arv og mangfoldet av livssyn og religioner i det norske samfunnet.

4. NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping

- a. NRK skal tilby tjenester som kan være kilde til innsikt, refleksjon, opplevelse og kunnskap gjennom programmer av høy kvalitet.
- b. NRK skal være nyskapende og bidra til kvalitetsutvikling.
- c. NRK skal kunne formidle samme type tilbud som også tilbys av kommersielle aktører, men bør etterstrebe å tilføye sitt tilbud et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet.
- d. NRKs tilbud skal ha tematisk og sjangermessig bredde.
- e. NRK skal tilby nyheter, aktualiteter og kulturstoff for både smale og brede grupper. Tilbudet skal gjenspeile det mangfoldet som finnes i befolkningen. Blant annet skal NRKs samlede tilbud appellere til alle aldersgrupper.
- f. NRK skal bidra til økt kunnskap om internasjonale forhold.

g. NRK skal formidle innhold fra Norden og bidra til kunnskap om nordiske samfunnsforhold, kultur og språk.

- h. NRK skal bidra til utdanning og læring.
- i. NRK skal fremme barns rett til ytringsfrihet og informasjon, og skjerme barn mot skadelige former for innhold.

5. NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt

- a. NRKs redaksjonelle avgjørelser skal ikke være styrt av kommersielle hensyn.
- b. NRKs allmennkringkastingstilbud på radio, fjernsyn og tekst-tv skal være reklamefritt og skal ikke inneholde spesielle salgsfremmende henvisninger til konsernets kommersielle tjenester og produkter.
- c. NRK kan ha reklame på Internett, med unntak for nettsider som har barn som målgruppe. NRK skal tilstrebe et tydeligst mulig skille mellom allmennkringkastingstilbudet og kommersielle tjenester tilbudt på Internett. Nedlastingstjenester som tilbys innenfor allmennkringkastingstilbudet skal ikke inneholde reklameinnslag.
- d. Lisensmidler og andre offentlige inntekter skal ikke subsidiere kommersielle aktiviteter. Det skal være et klart regnskapsmessig og driftsmessig skille mellom NRKs kommersielle aktiviteter og allmennkringkastingsvirksomheten.
- e. NRKs allmennkringkastingstilbud, både i tradisjonell programvirksomhet og i form av nye medietjenester, skal hovedsakelig finansieres ved kringkastingsavgift.
- f. NRK skal kunne videreutvikle kommersielle tjenester som genererer overskudd som bidrar til å finansiere allmennkringkastingstjenester. Den forretningsmessige virksomheten skal være forenelig med de krav til kvalitet og integritet som gjelder for NRK.

Vedtekter for NRK AS

fastsatt i konstituerende generalforsamling 30. april 1996,
endret i generalforsamling 20. juni 2002,
endret i generalforsamling 14. juni 2004.

§ 1 Selskapets navn

Selskapets navn er Norsk rikskringkasting AS.

§ 2 Selskapets forretningskontor

Selskapets forretningskontor er i Oslo.

§ 3 Selskapets formål

§ 3-1 Formål

NRKs formål er å tilby allmennkringkasting for hele Norges befolkning i radio og fjernsyn samt på øvrige medieplattformer.

§ 3-2 NRKs virksomhet

NRKs allmennkringkastingsvirksomhet skal utgjøre:

- J Kjernevirksomhet i form av fjernsynskanalerne NRK1 og NRK2 og radiokanalerne P1, P2 og P3.
- J Annen redaksjonell virksomhet som omfatter tekst-tv, Internett og andre medieplattformer som egner seg til formidling av redaksjonelt innhold.

Selskapet kan i tillegg drive kommersiell virksomhet med formål å skape inntekter til allmennkringkastingsvirksomheten, jf. kringkastingsloven § 6-4.

§ 3-3 Overordnede krav til NRKs allmennkringkastingstilbud

Det samlede allmennkringkastingstilbud skal via fjernsyn, radio og interaktive medier eller liknende sikre den norske befolkning et bredt tilbud av programmer og tjenester. I tilbudet skal det tilstrebes høy kvalitet, allsidighet og mangfold. I tilbudet skal det legges avgjørende vekt på hensynet til informasjons- og ytringsfrihet og de demokratiske grunnverdier. Ved informasjonsformidlingen skal det legges vekt på saklighet, analytisk tilnærming, redaksjonell uavhengighet og upartiskhet. Virksomheten skal sikre befolkningen adgang til vesentlig samfunnsinformasjon og debatt. Den skal bidra til å styrke norsk språk, identitet og kultur. Virksomheten skal preges av høy etisk standard og over tid være balansert.

§ 3-4 NRKs kjernevirksomhet

I sin kjernevirksomhet skal NRKs programtilbud:

- ha tematisk og sjangermessig bredde, både når det gjelder sammensetning av programkategorier og sammensetning innenfor den enkelte programkategori.
- inneholde programmer som er informerende og utviklende, og som øker befolkningens allmennkunnskap.

- ha et innhold som appellerer til brede lag av befolkningen og som ivaretar interessene til minoriteter og særskilte grupper.
- i hovedsak bestå av norskspråklige sendinger. Begge de offisielle målformene skal benyttes. Minst 25 pst. av verbalinnslagene skal være på nynorsk.
- samlet ha en bred samfunnsmessig dekning og således avspeile mangfoldet av kultur, livssyn og levevilkår som finnes i de forskjellige delene av landet.

NRK skal i sin kjernevirksomhet legge særlig vekt på sin rolle som utvikler og formidler av norsk og samisk kunst og kultur.

Allmennkringkastingstilbudet i fjernsyn skal gjøres tilgjengelig for døve og hørselshemmede ved at NRK skal ta sikte på at alle programmene skal tekstes.

§ 3-5 Programkrav

NRKs samlede riksdekkende programtilbud skal både i radio som fjernsyn i det minste inneholde:

- a) Daglige egenproduserte nyhetssendinger.
- b) Daglige norskspråklige programmer for barn under 12 år.
- c) Daglige sendinger for den samiske befolkning
- d) Jevnlige aktualitets- og dokumentarprogrammer
- e) Jevnlige norskspråklige programmer for unge.
- f) Jevnlige programmer for barn og unge på samisk.
- g) Programmer for nasjonale og språklige minoriteter
- h) Programmer som gjenspeiler mangfoldet i norsk kulturliv.
- i) Livssynsprogrammer og religiøse programmer.
- j) Formidling og produksjon av drama som gjenspeiler norsk språk, identitet og kultur.
- k) Formidling og produksjon av norsk musikk. Minst 35 pst. av sendingene skal bestå av norsk musikk.
- l) Underholdningsprogram.
- m) Sportssendinger som dekker både bredden i norsk idrettsliv – herunder funksjonshemmedes idrettsutøvelse – og store idrettsbegivenheter.
- n) Formidling av scenekunst og musikk fra statlig finansierte kulturinstitusjoner.
- o) Regional programvirksomhet, herunder daglige egenproduserte distriktssendinger.

§ 3-6 Allmennkringkastingsregnskap

NRK skal hvert år innen utgangen av april utarbeide et allmennkringkastingsregnskap. Regnskapet skal redegjøre for selskapets programvirksomhet i det foregående år, relatert til de forpliktelser som er fastsatt i § 3-4 og § 3-5.

§ 4 Aksjekapital og gjeld

Selskapets aksjekapital er kr 1 000 000 000 fordelt på 1 000 000 aksjer, hver pålydende kr 1 000.

NRKs gjeld og garantiansvar må ikke overstige 50 pst. av de samlede årlige lisensinntekter og skal uavhengig av dette oppad være begrenset til summen av aksjekapital og fonds.

Dersom selskapet oppløses/likvideres skal eventuelt likvidasjonsoverskudd og formue tilfalle staten.

§ 5 Styret

Styret har ni medlemmer. Seks medlemmer, herunder styrets leder og nestleder velges av generalforsamlingen for to år av gangen. Generalforsamlingen kan velge to varamedlemmer til disse.

Tre styremedlemmer med varamedlemmer velges ved direkte valg av og blant de ansatte etter reglene i aksjeloven § 8-17, jf § 18-3 første ledd og forskrifter til aksjelovens bestemmelser om de ansattes rett til representasjon i aksjeselskapers styre og bedriftsforsamling m.m.

§ 6 Selskapets firma

Selskapets firma tegnes i fellesskap av styrelederen og ett styremedlem.

§ 7 Kringkastingssjefen

Styret tilsetter kringkastingssjefen som er selskapets administrerende direktør og fastsetter dennes lønn. Kringkastingssjefen tilsettes for en periode på seks år som kan forlenges med ytterligere en periode på seks år.

§ 8 Generalforsamlingen

Ordinær generalforsamling holdes hvert år innen utgangen av juni måned. På den ordinære generalforsamlingen skal årsoppgjøret og revisjonsberetningen legges frem og følgende spørsmål skal behandles og avgjøres.

1. Fastsetting av resultatregnskap og balanse, herunder anvendelse av årsoverskudd eller dekning av årsunderskudd.
2. Fastsetting av konsernresultatregnskap og konsernbalanse.
3. Andre saker som etter lov eller vedtekter hører under generalforsamlingen.

Norsk rikskringkasting AS kan med samtykke fra generalforsamlingen opprette datterselskaper eller delta i andre selskaper som driver annen type virksomhet enn allmennkringkasting.

§ 9 Styrets oppgaver

Styret skal forelegge for generalforsamlingen, ordinær eller ekstraordinær, alle saker som antas å være av vesentlig, prinsipiell, politisk eller samfunnsmessig betydning.

Styret skal hvert år framlegge for generalforsamlingen en plan for virksomheten i selskapet med datterselskaper, som foruten saker som nevnt i første ledd skal omfatte bl.a. følgende saker:

1. Selskapets og datterselskapenes hovedvirksomhet i de kommende år, herunder større omorganiseringen, endringer i den distriktsmessige profil, videreutvikling av eksisterende virksomheter og utvikling av nye virksomheter.
2. Selskapets økonomiske utvikling
3. Vesentlige investeringer, med finansieringsplaner for disse.
4. Forslag til kringkastingsavgift.

Styret skal forelegge for generalforsamlingen vesentlige endringer i slike planer som tidligere er forelagt generalforsamlingen.

Styret skal forelegge for generalforsamlingen kjøp, salg eller pantsetting av fast eiendom til en verdi av 25 mill. kroner eller mer.

Styret skal forelegge for generalforsamlingen salg eller pantsetting av driftsrelaterte faste eiendommer dersom transaksjonen kan få betydning for NRKs programvirksomhet.

Saker som styret skal forelegge for generalforsamlingen etter første, andre, tredje, fjerde og femte ledd skal være behandlet av generalforsamlingen før styret treffer endelig vedtak i saken.

Årsregnskap og øvrige sakspapirer skal være eier i hende senest fire uker før avholdelse av ordinær generalforsamling.

Generalforsamlingen avgjør selv om den vil realitetsbehandle saker som den får seg forelagt etter denne paragraf.