

Musikk og allmennkringkasting

En kvantitativ studie av

NRK P3s spillelister og deres utvikling



Anna W. Ofstad

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Høst 2013

Forord

Året var 2012. NRK hadde akkurat annonsert at P3-programmet “Sexy” skulle legges ned. Twitter eksploderte med kritikk, folk ble forbannet over avgjørelsen. Er det mulig? Det siste programmet i beste sendetid, som får lov til å bestemme musikken sin selv, legges ned? Typisk P3, kontinuerlig har de silt ut musikken som ikke går takt med VG-lista Topp 20. Men stemmer det? Har musikken på P3 blitt mer kommersiell eller ikke? Har P3 blitt en radiokanal med mindre variasjon gjennom sine 20 år som musikkformidler? På grunnlag av min egen musikkinteresse og historie som P3-lytter ønsket jeg å finne et svar på det.

Prosesen har vært utfordrende og lærerik. Tidvis frustrerende, men mest spennende. Alle som har hjulpet meg underveis fortjener en stor takk. Først og fremst, takk til min veileder Lars Nyre, som alltid har hatt tro på og interesse for prosjektet. Hans innspill har vært av stor betydning. Takk også til instituttet og mine medstudenter for et hyggelig arbeidsmiljø. En spesiell takk til Torgeir Uberg Nærland og Jan Fredrik Hovden, som tok seg tid til å svare på spørsmål og engasjere seg i oppgaven. Takk til P3 for god samarbeidsvilje. En stor takk til Silje Arnøy for gjennomgang, forbedringer og korrektur.

Hjertelig takk til min elskede mor og min familie, Maciek, Marius og Bjørn. Takk til Brynjar for verdifulle råd og innspill.

Kudos og kjærlighet til Jette, Lars, Anders, Geir, Hege & Ina.

Bergen, 01.12.2013

Anna W. Ofstad

| | |
|---|-----------|
| 1.0 Problemstilling | .1 |
| 2.0 Hva er P3? | .3 |
| Søken etter ungdommelig appell. | 4 |
| 2.1 P3 og musikken | 4 |
| P3s tilnærming til musikkformateringen. | 5 |
| Spillelistene til P3 | 5 |
| 2.2 Bred satsing på en bred målgruppe | 8 |
| P3 utenfor radiolokalene. | 9 |
| 2.3 P3 i dag | 10 |
| 3.0 Metode | 12 |
| 3.1 Kvantitativ forskning. | 12 |
| 3.2 Oppgavens metodetilnærming. | 12 |
| Sjangerutvalg | 14 |
| 3.3 Utvalg og innsamling av datamaterialet | 15 |
| 3.4 Kildekritikk. | 17 |
| 3.5 Validitet og reliabilitet | 18 |
| 4.0 Teori om allmennkringkasting og sjanger | 20 |
| 4.1 Allmennkringkasting. | 20 |
| Allmennkringkastingsforpliktelser. | 21 |
| 4.2 NRKs allmennkringkasteroppdrag | 22 |
| P3s allmennkringkasteroppdrag | 22 |
| 4.3 NRK-plakaten i lys av undersøkelsens datamateriale | 23 |
| Tematisk og sjangermessig bredde. | 23 |
| Gjenspeiling av mangfold | 25 |
| Styrking av norsk språk, identitet og kultur | 25 |
| Et ikke-kommersielt tilbud. | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4 Musikksjangrer i populærmusikkforskningen | 28 |
| Musikk som kulturell vare | .30 |
| Bransjens påvirkning på musikken | .30 |
| Musikk og målrettet popularisering | .32 |
| Sjanger og konvensjoner. | .32 |
| 4.5 Undersøkelsens sjanger- og begrepsavklaring | 33 |
| Pop | .34 |
| Rock | .36 |
| Hardrock | .37 |
| Poprock | .37 |
| Indiepop | .38 |
| Alternativ rock | .39 |
| | |
| 5.0 Spillelister gjennom 20 år | 42 |
| 5.1 Sjangermessig bredde og sjangerutvikling på P3s spillelister . . | 43 |
| De store taperne | .43 |
| Hvor bred skal bredden være? | .44 |
| Populærmusikkens nyanser | .47 |
| Uetablerte artister på spillelistene til P3 | .48 |
| Den store vinneren | .59 |
| 5.2 Styrking av norsk språk, identitet og kultur | 66 |
| Norsk musikk i høysetet | .66 |
| USA fremdeles pop | .70 |
| 5.3 Gjenspeiling av mangfold | 75 |
| Gjenspeiler tendensen | .76 |
| 5.4 Et ikke-kommersielt tilbud | 79 |
| | |
| 6.0 Konklusjon | 85 |

7.0 Litteratur 89

Rapporter og statistikk 90

Nettartikler 91

Musikkreferanser 93

8.0 Vedlegg 97

Kodeskjema 97

Eksempel på spillelister fra 1993/94. 99

Eksempel på spillelister fra 2013 101

NRK-plakaten 102

1.0 Problemstilling

“P3, Platekompaniet og Bylarm har vært viktige aktører som har vært med på å opprettholde bredden i norsk musikk. Dette har dessverre endret seg etter at P3 er blitt like kommersiell som en hvilken som helst annen radio.”

- Bjørn Rogstad, general manager i EMI Music Norway siden 2006, til Ballade i 2005 (Skancke-Knutsen 2005).

Det er ikke mangel på kritiske uttalelser om NRK P3s musikkprofil. Temaet har engasjert bransjefolk, musikere og radiolyttere gjennom 20 år, men fremdeles står mange spørsmål i debatten ubesvart.

Argumentene i diskusjonen rundt kanalens musikkformatering kan i hovedsak deles i to. På den ene siden har man de som mener at P3 har blitt en mer strømlinjeformet musikkkanal, og dermed ikke fyller sin rolle som musikkformidler like godt som før. På den andre siden står forsvarerne av kanalens prioriteringer, de som mener at P3 har god nok variasjon i sitt musikktilbud, ofte representert av P3-ledelsen selv.

Debatten har mange sider. Et interessant aspekt er at svært mange av de som har kritisert P3s musikkprofil har hatt en tendens til å sette argumentene sine i et historisk perspektiv. Formodningen om at alt var bedre før er ikke uvanlig. “P3-ledelsen har kommersialisert P3s musikkstrategi og trukket kanalen langt vekk fra det opprinnelige utgangspunktet”, har tidligere Mayhem-trommeslager Kjetil Manheim uttalt (Manheim 2004). Men var alt bedre før? Hvordan var det opprinnelige utgangspunktet? Stemmer det at P3 fyller sin rolle som musikkformidler dårligere i 2013 enn de gjorde for femten eller tyve år siden?

Ønsket om å finne mer ut av dette er utgangspunktet for denne oppgaven. Gjennom å analysere et utvalg av P3s spillelister gjennom 20 år, har oppgaven som mål å bidra til en dypere forståelse av P3s utvikling og kanalens rolle som musikkformidler.

En oppgave med P3s musikkprofil som tema kan løses på mange ulike måter. I denne sammenhengen har det vært ønskelig å se på P3s musikkutvikling over tid. For å gjøre dette overkommelig er fokuset snevret inn til å kun omhandle kanalens spillelister. Disse viser hvilken type musikk P3 har valgt å spille, og benyttes i hovedsak i radioens *prime time* – den tiden på dagen radioen har det største publikummet (TNS-Gallup 2012: 12).

Oppgaven fokuserer dermed ikke på P3s musikkformidling i sin helhet. Kveldsprogram som f.eks. “Lydverket”, “Pyro” og P3s norske musikkproduksjon “Urørt” blir derfor ikke en del av oppgavens omfang.

En analyse av P3s spillelister over 20 år kan vise hvilken type musikk P3 har spilt over flere år, og slik gi en indikasjon på om kanalen prioriterer annerledes i dag enn den gjorde før. Utformingen av problemstillingen la vekt på følgende spørsmål:

- Hvordan har kanalens spillelister utviklet seg gjennom 20 år?
- Lister NRK P3 mer kommersiell musikk i dag enn kanalen gjorde tidligere?
- Er sjangermangfoldet og variasjonen i kanalens spillelister mindre nå enn før?

For å besvare de ovennevnte spørsmålene var det behov for å sette problemstillingen inn i en klarere og mer konsis kontekst. NRK er i en særegen stilling i det norske mediemarkedet. Som den eneste lisensfinansierte mediebedriften i Norge har den også forpliktelser til sitt publikum. NRKs retningslinjer er nedfelt i NRKs vedtekter og i NRK-plakaten. Disse forteller hvilke konkrete kriterier en allmennkringkaster må følge for å fylle sin rolle. På bakgrunn av dette vil analysen og dens funn utformes i lys av NRKs allmennkringkasteroppdrag. Allmennkringkasterprinsippene kan fungere som analyseverktøy ved drøfting av spillelisteutviklingen til P3. Det er derfor valgt å operasjonalisere variablene brukt i registreringen av spillelistene til P3 med NRKs allmennkringkastingsoppdrag.

De fire variablene sjanger, kjønn, nasjonalitet og sammenligningen av P3s spillelister med VG-lista Topp 20 vil benyttes for å belyse kanalens sjangermessige bredde, hensynet til å skille seg fra andre kommersielle aktører, dens gjenspeiling av mangfold og bidrag til styrking av norsk språk, kultur og identitet. Dette utdypes ytterligere senere i oppgaven, men med disse tankene og de ovennevnte spørsmålene til grunn, er oppgavens problemstilling:

Hvordan har spillelistene til NRK P3 utviklet seg i lys av NRKs allmennkringkasteroppdrag?

2.0 Hva er P3?

Med artister som Prince, Van Halen, Pogo Pops og Pet Shop Boys på spillelisten gikk den første P3-sendingen “Opptur” på lufta 2. oktober i 1993 (P3 2013). Datoen er historisk i NRK-sammenheng: allmenkringkasteren hadde fått godkjenning for tre riksdekkende radiokanaler og lanserte med det sin trekanalstrategi. I tillegg til de allerede etablerte kanalene P1 og P2, kom nå også P3¹ (Norsk rikskringkasting [NRK].no 2009a).

Det var flere faktorer som gjorde denne satsingen viktig for NRK. Etter monopolbruddet i 1981 hadde rikskringkasteren mistet mange av de unge lytterne til nærradioene. NRK fryktet at emigrasjonen av de unge lytterne i lengre løp kunne resultere i et svekket lojalitetsforhold mellom publikum og NRK. Om de unge radiolytterne ikke fikk etablert et forhold til NRK, var også sannsynligheten større for at kringkasterens lyttergrunnlag kom til å minke med årene. P3 var dermed ikke kun en satsing på et nytt ungdomstilbud fra NRKs side, den nye radiokanalen var også en del av en langsiktig strategi for å holde på NRKs fremtidige publikum (Knutsen 2000: 28).

Med et mål om å vinne ungdommen og de moderne lytterne tilbake til NRK, skulle P3 bli den nye ungdoms- og musikkanalen for de mellom 15 og 30 år. I følge tidligere radiodirektør, Tor Fuglevik, hadde NRK hatt en nedlatende holdning til denne gruppen siden 1950-tallet, og “i monopolarroganse henvist til Radio Luxembourg² og platespilleren” (Eilertsen 2010: 48).

Radio Luxembourg, som forøvrig avsluttet sine sendinger året før P3s oppstart, var på denne tiden en viktig kilde til ny musikk. Av mangel på andre norske, landsdekkende radiokanalalternativ, var det den engelsk- og franskspråklige kanalen som oppdaterte store deler av det europeiske publikummet på musikkfronten. NRKs nye satsning, en norsk riksdekkende kanal, som også skulle spille ny populærmusikk og fylle sendeskjemaet med humor og kulturinnslag, ble dermed den første av sitt slag i Norge.³

1 Den gang kalt “Petre”

2 Radio Lux som kanalen også ble kalt, utfordret flere kringkastingsmonopol. Kanalen kunne tas inn store deler av Europa og står som en pionér i radiohistorien grunnet sin kringkasting av populærmusikk (Store norske leksikon [SNL] 2007).

3 Det kan spesifiseres at NRK dekket pop- og rockmusikk i programmer som “Ungdommens Radioavis”, “Pandoras Jukebox” og “Ti i skuddet” før P3s oppstart. P3 ble derimot den første kanalen som satt dette i høysetet gjennom hele programprofilen (Knutsen 2000: 31).

Søken etter ungdommelig appell

NRKs trekanalstrategi gjorde det mulig for NRK å *segmentere* sitt radiotilbud, å rette sine radiokanaler mot mer definerte grupper. Men for at P3 skulle klare å konkurrere med nærradioene var det nødvendig med en strategi.

I sin avhandling om P3s musikkpolitikk peker Knutsen (2000) på to grunner til at NRK i utgangspunktet mistet de unge lytterne til andre nærradiostasjoner. Den første henger sammen med formspråket til NRK, en form for folkeopplysning, som ikke baserte seg på ungdommelig appell. Den andre faktoren var knyttet til de unge lytternes vekslende lyttervaner, som ikke nødvendigvis var basert på kanallojalitet. For NRK ble det derfor viktig å utvikle et ungdommelig formspråk og en presentasjonsmåte som appellerte til de unge (Knutsen 2000: 28-29).

I forbindelse med etableringen av P3 gjennomførte NRK en undersøkelse for å orientere seg ytterligere blant det unge publikummet. Undersøkelsen stadfestet at P3-segmentet var blant de moderne materialistene og beskrev en typisk P3-lytter slik:

[...] ugift, ureflektert, pizzaspisende og øldrillende. Han foretrekker video og tegneserier, flere plastkort (som han ikke har, men gjerne vil skaffe seg), merkeklær, flere penger, boksing, slalåm, fri porno og bokmål. Han er for EF, forsvarsvennlig og stemmer Høyre/Fremskrittspartiet (Knutsen 2000: 28-29).

Mange av kanalens medarbeidere likte ikke denne karakteristikken og sa seg uenige i verdiene den formidlet. Det ble poengtert at undersøkelsen ikke måtte følges slavisk, men at det også måtte kunne aksepteres at kanalens medarbeidere ikke skulle lage radio for sin egen del (Knutsen 2000: 30).

2.1 P3 og musikken

Det ble raskt bestemt at musikken skulle ha en sentral rolle på P3. Intensjonen var å fylle 70 % av sendeflaten med musikk, hvorav 75 % av denne skulle bestå av kommersiell pop og rock, mens de resterende 25 % skulle by på mer alternative sjangrer som jazz, blues og klassisk. Kanalen ønsket å skreddersy musikken til målgruppen sin og avgjorde med det at den skulle *formateres* (Knutsen 2000: 31-32).

Musikkformatering er en praksis som stammer fra 1950-tallets USA, da radiokanaler så seg nødt til å differensiere sine tilbud for å overleve i konkurransen mot fjernsynet. I stedet for å prøve å dekke brede demografiske grupper med sine radiotilbud, begynte de å spesialisere seg på ulike målgrupper. I en periode preget av rock'n'rollens inntog, mye ny musikk og etablering av hitlister, startet radiokanaler å utvikle egne musikkprofiler og *radioformat*.

Et radioformat kan beskrives som en radiokanals helhetlige uttrykk, tilpasset mot en definert målgruppe. Musikktypen en radiokanal spiller kan ofte fortelle oss mye om hvem kanalen henvender seg til eller ønsker å henvende seg til. Fordi musikk som regel utgjør store deler av mange radiokanalers sendetid har musikkformatering – å tilpasse musikken til radioformatet, blitt en veletablert radiopraksis (Berland 1990: 180-182).

P3s tilnærming til musikkformateringen

Ut fra et prinsipp om *differensiert styring*, som musikkredaksjonen selv kalte det den gang, skulle P3 kombinere formatering i tradisjonell forstand med musikalsk innsikt og musikkyndig innflytelse.

NRK hadde lenge hatt en tradisjon for at programledere selv kunne plukke ut musikken som ble spilt på radio og mange var bekymret for at den personlige vinklingen ville forsvinne med formateringen. En delt formateringsstrategi ble dermed løsningen. Kanalen skulle benytte seg av *spillelister*; disse skulle settes sammen ved hjelp av dataprogrammering og musikkinteresserte medarbeidere (Knutsen 2000: 33).

Bruken av spillelister stammer også fra 1950-tallet, tiden da musikkformatering begynte å bli vanlig praksis i USA. Radiokanaler tok i bruk spillelister, eller *playlists*, for å sørge for variasjon og rotasjon i musikken som ble spilt på radio. I tillegg til å holde styr og system på musikken som ble spilt, skulle listene også sikre at de største hitsene fra Billboard-lista ble spilt med faste mellomrom (Schultz 2005: 22).

Spillelistene til P3

I P3 settes spillelistene sammen av musikk sjefen, musikkprodusenter og et utvalg musikkinteresserte personer i kanalen. Antallet personer i utvalget har variert gjennom tiden, i 2003 bestod det f.eks. av fem personer, i 2004 av fire personer og i 2012 bestod det av seks personer (Shultz 2005: 37).

Utvalget møtes ukentlig for å stemme demokratisk over hvilke låter som bør gå inn og ut av spillelistene. Musikksjefen har vetorett og dermed mulighet til å presse gjennom låter som skal spilles eller ikke. Listene danner grunnlaget for den formaterte musikken på kanalen (Blekkerud 2012 & Schultz 2005: 37).

Listene til P3 har som regel bestått av A, B og C-lista, men antallet låter som hver liste består av har variert fra år til år. Variasjon er også gjeldene når det kommer til perioden en låt kan ligge på en av listene. Noen låter ligger lenger på spillelistene enn andre, mens andre hopper mellom de ulike listene fra uke til uke. Grunnen til dette er at listene også har ulik *rotasjonspraksis*. A-lista representerer den musikken som har blitt spilt hyppigst på P3, mens låtene på B-lista har blitt spilt noe mindre (Schultz 2005: 36).

I 2005 bestod A-lista av 20 låter, som ble spilt rundt 17 ganger i uken. B-lista bestod av 24 låter, som ble spilt 9 ganger pr. uke. Kanalens rotasjonspraksis, altså hvor ofte en låt fra A eller B-lista skal spilles, er også noe som har variert med tiden. I sin studie av musikkpolitikk i kanalene P3 og P4, beskriver Knutsen (2000) P3s offisielle spillelister slik:

A-lista – 20 låter: Hver låt kan spilles i alle programmer 2-3 ganger om dagen. Dette er låter som musikkredaksjonen setter på tung rotasjon slik at sjansene øker for større gjennomslagskraft.

B-lista – 12 låter: Hver låt spilles i programmer som “Karate” og tidligere “XL”, én gang pr. dag. Dette er programmer med “røffere” profil, hvor man prioriterer mer alternativ musikk.

C-lista – 12 låter: Hver låt spilles én gang daglig, fortrinnsvis i programmer som “Howard & HC”, og “NRQ”, som begge er beregnet på et yngre publikum i aldersgruppen 10-16 år. Herunder hører den mer kommersielle popen.

Dance-lista – 12 låter: Denne lista skal profilere musikk i Dance-sjangeren, og låtene blir spilt opptil 1 gang pr. dag i program som “Howard & HC”, “NRQ” og “Albin” – også disse programmene er beregnet på yngre lyttere (Knutsen 2000: 84).

I 2008 forandret P3 på formateringen, da gikk A-lista fra ni til syv låter, mens B-lista ble utvidet fra 17 til 21 låter. Etter press fra lytterne ønsket kanalen med dette å skape mer variasjon på kanalen. Kuttingen i antall låter på A-lista ble begrunnet med at det er et mindretall låter som tåler å bli spilt mye i løpet av en dag. I 2008 ble låtene på A-lista spilt fire ganger daglig, mens låtene på B-lista ble spilt to ganger om dagen (Kleve 2008).

Listene har vært i endring, men hensikten med de kan sies å ha vært den samme. Spillelistene har gjort det mulig å holde en organisert struktur på musikken som spilles på P3, samtidig som de også har blitt brukt som et virkemiddel for å gjennomføre kanalens musikkpolitikk. Målet med kanalens musikkformatering har vært å skape en egen *P3-sound*, et format man kjenner igjen, uten å nødvendigvis bli fortalt at man lytter til kanalen (Knutsen 2000: 84 & Schultz 2005: 36-37).

Tabellen under illustrerer musikkens særstilling på P3. Det er den som dominerer kanalens programflate i timeantall, noe den også har gjort siden kanalens oppstart. Selv om den i perioden 1993-2002 var noe lavere, har musikken siden 2002 utgjort over 60 % av kanalens sendetimer.

Programprofil for NRK P3 i årene 1993-2011 (prosent timer)

| Kategori | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Nyheter | 6 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 | 7 | 4 | 4 |
| Barneprogram | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 4 | 4 |
| Sport | 6 | 11 | 7 | 2 | 0 | 0 | - | - | - |
| Underholdning | 0 | 0 | 0 | - | - | - | - | - | - |
| Ungdom/musikk | 1 | 52 | 47 | 46 | 49 | 54 | 41 | 39 | 29 |
| Ungdom/annet | 84 | 27 | 36 | 41 | 41 | 33 | 36 | 50 | 59 |
| Annet | - | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 | 15 | 3 | 3 |
| Timer totalt | 1649 | 6514 | 6628 | 6616 | 6604 | 6584 | 6552 | 6570 | 6570 |

| Kategori | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Nyheter | 5 | 7 | 11 | 8 | 9 | 7 | 6 | 4 |
| Samfunnsspørsmål | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| Sex og samliv | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Kunst/kultur/film | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Populærkultur | - | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| Underholdning | 17 | 11 | 8 | 13 | 13 | 12 | 13 | 10 |
| Musikk | 71 | 64 | 66 | 65 | 61 | 63 | 67 | 71 |
| Om musikk | - | 9 | 10 | 10 | 11 | 11 | 8 | 3 |
| Annet | - | - | - | 0 | 0 | - | 2 | - |
| Timer totalt | 6570 | 6570 | 6570 | 6570 | 6570 | 6570 | 8784 | 8760 |

| Kategori | 2010 | 2011 |
|------------------|------|------|
| Nyheter | 3 | 2 |
| Samfunnsspørsmål | 5 | 4 |
| Kultur | 3 | 2 |
| Sport | 2 | 0 |
| Underholdning | 23 | 26 |
| Musikk | 60 | 60 |
| Annet | 6 | 5 |
| Timer totalt | 8760 | 8760 |

Tabell 1: Programprofil for NRK P3 (NRK & medienorge 2013).

2.2 Bred satsing på en bred målgruppe

Med programmer som “Roxrevyen”, “Poprush” og “National Rap Show” skulle NRK P3 trekke til seg de unge og musikkinteresserte lytterne. I 1995 ble den første VG-lista Topp 20-sendingen⁴ presentert på radiokanalen, et program det både ble TV og årlige utendørskonsserter av. Navn som Harald Are Lund, Olle Abstract, DJ Friendly og Howard & HC satte alle sitt preg på P3s musikkprogrammer.

I slutten av år 2000 lanserte kanalen sin storsatsing “Urørt”, en musikkdatabase på nett. Her fikk mindre kjente, norske artister muligheten til å eksponere musikken sin for et større publikum. I 2003 ble konseptet også et program på radio. På begynnelsen av 2000-tallet så program som “MusikkMisjonen”, “Lydverket” og “Pyro” dagens lys, alle kjent for sin spesialiserte formidling av musikkjournalistikk på radio (P3 2013).

Kanalens humorsatsinger gjennom programmer som “IRMA 1000”, “Herreavdelingen” og “XL” markerte seg innenfor norsk underholdning, og fostret flere av de største komikerne og TV-personlighetene vi kjenner i Norge i dag (Østbø 2013).

Som første av sitt slag i Norge startet kanalen også med nyhetssendinger rettet mot et ungt publikum. Musikk skulle bli en del av nyhetssendingene og språket skulle forenkles. Involveringen av publikum ble satt på P3-agendaen tidlig og lyttere ble oppfordret til å ta del i programinnholdet via faksmaskinen “Lekre Smekre Emma” og telefonsvareren “Albin” (P3 2013).

P3 dekket med andre ord et nokså bredt spekter med sine radiosendinger gjennom 90- og begynnelsen av 2000-tallet. Statistikken tyder også på at satsingene appellerte til kanalens målgruppe.

Allerede i 1995 hadde P3 flere lyttere i alderen 16-24 år enn noen av de andre norske radiokanalene. Selv om P4 ofte lå svært tett på P3 viser tabellen på neste side at det var den nye ungdomskanalen som hadde flest lyttere mellom 16-24 år.

4 VG-lista Topp 20 har siden sin oppstart i 1958 vært Norges offisielle salgsliste basert på musikk salg. I 2011 ble også musikkstreaming inkludert i listen (Østbø 2011).

Andel lyttere som har lyttet til ulike radiokanaler, fordelt på alder (prosent)

| År | Lyttere | NRK P1 | NRK P2 | NRK P3 | NRK Totalt | P4 | Radio Norge | Nær-radio | Andre kanaler |
|------|----------|--------|--------|--------|------------|----|-------------|-----------|---------------|
| 1995 | 9-15 år | 7 | 3 | 15 | 25 | 13 | - | 5 | 0 |
| | 16-24 år | 8 | 2 | 31 | 39 | 28 | - | 20 | 1 |
| | 25-44 år | 26 | 8 | 16 | 42 | 30 | - | 16 | 1 |
| 1996 | 9-15 år | 4 | 1 | 17 | 20 | 13 | - | 4 | 1 |
| | 16-24 år | 8 | 3 | 25 | 31 | 23 | - | 15 | 2 |
| | 25-44 år | 21 | 4 | 9 | 32 | 30 | - | 14 | 1 |
| 1997 | 9-15 år | 4 | 1 | 11 | 16 | 12 | - | 7 | 0 |
| | 16-24 år | 3 | 2 | 30 | 35 | 29 | - | 20 | 3 |
| | 25-44 år | 24 | 5 | 10 | 35 | 32 | - | 13 | 0 |
| 1998 | 9-15 år | 6 | 1 | 9 | 17 | 9 | - | 8 | 0 |
| | 16-24 år | 5 | 0 | 28 | 34 | 21 | - | 15 | 2 |
| | 25-44 år | 21 | 5 | 8 | 32 | 29 | - | 15 | 2 |
| 1999 | 9-15 år | 5 | 1 | 12 | 18 | 13 | - | 10 | 3 |
| | 16-24 år | 10 | 1 | 24 | 31 | 16 | - | 20 | 3 |
| | 25-44 år | 22 | 5 | 9 | 33 | 31 | - | 17 | 1 |
| 2000 | 9-15 år | 6 | 1 | 8 | 15 | 10 | - | 9 | 4 |
| | 16-24 år | 6 | 1 | 25 | 31 | 22 | - | 23 | 3 |
| | 25-44 år | 23 | 5 | 6 | 32 | 29 | - | 12 | 2 |
| 2001 | 9-15 år | 3 | 0 | 4 | 7 | 11 | - | 10 | 3 |
| | 16-24 år | 7 | 1 | 18 | 25 | 15 | - | 21 | 5 |
| | 25-44 år | 22 | 5 | 10 | 33 | 28 | - | 13 | 2 |

Tabell 2: Andel lyttere som har lyttet til ulike radiokanaler (Medienorge, Norsk mediebarometer & Statistisk sentralbyrås [SSB] Kultur- og mediebruksundersøkelser 2013).

P3 utenfor radiolokalene

I tillegg til å etablere seg som en viktig aktør på radio, har P3s satsinger på arrangementer utenfor radiolokalene på Tyholt i Trondheim og Marienlyst i Oslo også vært stor. Kanalens årlige konsertsamarbeid med VG-lista Topp 20, som startet med en utendørskonsert for 200 publikummere på Aker Brygge i Oslo i 1995, har siden blitt til et omreisende show. Årlig trekker det over 50.000 publikummere til Rådhusplassen i Oslo. Med kjente artister på plakaten reiser arrangørene rundt i de største norske byene og holder gratiskonsserter. I dag streames også disse direkte på nett (Opdahl 2013).

I løpet av sin fartstid har kanalen også etablert sine egne konsertkonsepter. I konseptet “P3sessions” får publikum muligheten til å se live-konsserter eller høre direkteopptak av disse på radio. Gjennom det årlige arrangementet “SkoleSessions” arrangerer kanalen en konkurranse, hvor premien er et skolebesøk og en konsert i skolegården i regi av P3. Kanalen har også som mål å være tilstede på festivaler og andre steder der unge møtes (NRK 2009b).

Programmet og nettsatsingen “Urørt” har også ekspandert sin virksomhet. Kåringen av “Årets Urørt”, hvor en jury nominerer nye artister årlig, er i dag et direktesendt TV-program. Her får de nominerte artistene opptre foran både jury og publikum. Flere norske artister har hatt sitt gjennombrudd her.

Nye band og artister laster støtt og stadig opp musikken sin på Urørts nettsider. Urørts database omfatter i dag over 35 000 band og 105 000 låter. Disse har totalt blitt lastet ned og lyttet til over 75 millioner ganger (P3 2013).

Med programmet “Lydverket”, som fra 2002 til 2012 også var et musikkmagasin på TV, flyttet P3 i 2009 sine ukentlige TV-sendinger fra studio og ut til publikum. Fra Youngstorget i Oslo ble publikum invitert til å være tilstede under programmet, og få med seg konserter og intervjuer med både norske og utenlandske artister (Rostad 2009). TV-programmet ble lagt ned til store protester i 2012, men fortsatte å gå på radio.

2.3 P3 i dag

På tross av nedleggelsen av “Lydverket” på TV dekker P3 fremdeles et større felt enn det en kanskje kunne forvente av en radiokanal. På kanalens nettsider publiseres det stadig vekk innhold, både med og uten referanser til kanalens radioprogram. Musikk- og filmanmeldelser, kanalens spillelister, anbefalinger, kulturnyheter og konkurranser frekventerer om hverandre på P3.no.

Siden 1993 har over femti ulike program vært innom sendeskjemaet til P3. Program som “Roxrevyen”, “MusikkMisjonen” og “IRMA 1000” har blitt erstattet, eller slått sammen med nye programsatsinger. “National Rap Show”, Harald Are Lunds musikkprogrammer, som har gått under ulike navn opp igjennom tiden, og “VG-lista Topp 20” er noen av kanalens lengstlevende satsinger. Disse preger fremdeles P3s sendeskjema hver uke.

I 2013 sendes det totalt 29 programmer på P3. Programmene “P3 Morgen”, “Miksteip”, humorsatsningen “Radioresepsjonen” og musikkprogrammet “Christine” dominerer P3s prime time-flate fra mandag til torsdag. Program som “VG-lista Topp 20/40” og “Lørdagsrådet” går i helgene. På kveldstid på hverdager går blant annet programmene “Lydverket”, “DJ Friendly”, “Urørt” og Harald Are Lund. Program med formatert musikk dominerer altså kanalens sendeflate på dagtid, mens nisjeprogram, som ikke trenger å forholde seg til kanalens spillelister, i hovedsak går på kvelden.

Med tanke på fremveksten av ny teknologi, som f.eks. har gjort det lettere å streamme musikk fra plattformer som WiMP og Spotify, kunne en kanskje tenkt at radiolytting ikke spiller en like viktig rolle for unge i dag som tidligere. Undersøkelser viser derimot at unge lyttere fremdeles hører på radio, selv om radiobruken har gått noe ned.

Andel som har lyttet til radio en gjennomsnittsdag, fordelt på alder (prosent)

| Alder | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 9-12 år | - | 27 | 35 | 23 | 23 | 25 | 25 | 26 | 20 | 20 |
| 13-15 år | - | 56 | 56 | 44 | 45 | 38 | 51 | 42 | 35 | 46 |
| 16-19 år | - | 59 | 59 | 54 | 60 | 50 | 55 | 56 | 47 | 53 |
| 20-24 år | - | 66 | 70 | 53 | 68 | 63 | 52 | 58 | 50 | 53 |
| 25-34 år | - | 73 | 65 | 60 | 61 | 59 | 64 | 53 | 56 | 61 |

| Alder | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 9-12 år | 26 | 24 | 27 | 18 | 20 | 18 | 19 | 21 | 21 | 30 |
| 13-15 år | 49 | 41 | 33 | 37 | 34 | 36 | 27 | 45 | 41 | 44 |
| 16-19 år | 49 | 45 | 43 | 49 | 43 | 36 | 45 | 43 | 51 | 45 |
| 20-24 år | 54 | 49 | 48 | 42 | 40 | 41 | 44 | 49 | 46 | 41 |
| 25-34 år | 56 | 57 | 55 | 55 | 54 | 54 | 55 | 54 | 55 | 60 |

Tabell 3: Andel lyttere en gjennomsnittsdag (Medienorge, Norsk mediebarometer og SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser 2013).

I 2012 lyttet 45 % av unge mellom 16-19 år på radio i løpet av en gjennomsnittsdag. Til sammenligning var undersøkelsens høyeste andel på 60 % i 1997. Andelen radiolyttere mellom 20-24 år er noe lavere, men lå likevel på 41 % en gjennomsnittsdag i 2012.

Medienorge, Norsk mediebarometer og SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser har også gjort undersøkelser på hva unge lyttere hører mest på på radio. Her har pop-musikken, med noen få unntak, dominert statistikken i perioden 1997-2012 (Medienorge, Norsk mediebarometer og SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser 2013).

Markedsandelen til P3 lå i 2012 på 9 %, som er den høyeste markedsandelen kanalen har hatt noensinne (Lundgren 2012 & Medienorge & TNS Gallup 2013). Tallene fra 2012 gjør P3 til en av de største radiokanalene med ungdom som målgruppe i Norge i dag. Ved å være tilstede der de unge er, rette fokus mot mindre kjente artister, gjøre disse kjent, og arrangere gratiskonserter for tusener av mennesker årlig, har kanalen markert seg som en stor og viktig aktør innen norsk musikk- og kulturliv.

3.0 Metode

3.1 Kvantitativ forskning

Kvantitativ forskning har som mål å reflekterere samfunnsforhold ved å måle noe som er målbart. Noen forskere bruker metoden for å måle publikums tolkning av mediene, f.eks. gjennom bruk av spørreskjema og deretter registrere disse, mens andre benytter seg av metoden for å måle selve medieinnholdet. Kvantitativ forskning konsentrerer seg rundt tallfesting av det empiriske feltet en studerer og utvalget bygger ofte på et representativt materiale (Jensen 2003: 209-213).

Et sentralt aspekt i den kvantitative metoden er å forsøke å finne årsakssammenhenger og tendenser i samfunnet ved å teste ulike hypoteser. For å måle disse benyttes det variabler. Variabler kan være kjønn, nasjonalitet eller alder. Hypoteser testes deretter ved å sette ulike variabler opp mot hverandre (Jensen 2003: 210-211 & Østbye et al. 2013: 161).

3.2 Oppgavens metodetilnærming

Den kvantitative metoden gjør det mulig å sammenligne data som strekker seg over tid så fremt datamaterialet kan tallfestes og plasseres i ulike kategorier. En analyse av P3s spillelister gjennom 20 år byr på store mengder data, kanalen har hatt som standard å slippe en ny A, B og C-liste hver uke. Oppgaven benytter seg derfor av en kvantitativ analyse for å vurdere utviklingen av innholdet i P3s spillelister.

I forarbeidet til analysen ble det utarbeidet et kodeskjema i statistikkprogrammet SPSS. I kodeskjemaet ble ulike variabler som ble brukt i kodingsprosessen av spillelistene etablert. Da sjangerutviklingen på P3s spillelister er et sentralt tema for denne oppgaven, ble det etablert 21 ulike sjangerkategorier spillelistene kunne kodes etter. Kategoriene kjønn og nasjonalitet ble også en del av registreingsprosessen. Tre underkategorier ble etablert for kategorien kjønn: kvinne, mann og begge. Kategorien "begge" kjennetegnes ved at et band, en låt eller en artist er representert av flere utøvere fordelt på begge kjønn. Kategorien nasjonalitet ble delt opp i de syv variablene norsk, svensk, dansk, USA, Storbritannia (her inkludert Irland), Europa og "annen".

| | ÅR | UKE | LISTE | KVINNE | MANN | BEGGE | POP | HIPHOPRAP | SOUL | RB |
|----|------|-----|-------|--------|------|-------|-----|-----------|------|----|
| 1 | 2013 | 16 | A | 2 | 4 | 4 | 4 | 0 | 0 | |
| 2 | 2013 | 16 | B | 10 | 18 | 10 | 15 | 5 | 0 | |
| 3 | 2013 | 16 | C | 18 | 38 | 11 | 26 | 7 | 0 | |
| 4 | 2013 | 16 | VG | 4 | 11 | 5 | 8 | 4 | 0 | |
| 5 | 2013 | 15 | A | 2 | 4 | 4 | 5 | 0 | 0 | |
| 6 | 2013 | 15 | B | 9 | 19 | 7 | 13 | 5 | 0 | |
| 7 | 2013 | 15 | C | 19 | 43 | 6 | 32 | 8 | 0 | |
| 8 | 2013 | 15 | VG | 6 | 9 | 5 | 10 | 5 | 0 | |
| 9 | 2013 | 14 | A | 2 | 3 | 5 | 5 | 0 | 0 | |
| 10 | 2013 | 14 | B | 11 | 19 | 5 | 14 | 4 | 0 | |
| 11 | 2013 | 14 | C | 18 | 45 | 5 | 26 | 7 | 0 | |
| 12 | 2013 | 14 | VG | 5 | 10 | 5 | 9 | 5 | 0 | |
| 13 | 2013 | 12 | A | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | |
| 14 | 2013 | 12 | B | 14 | 19 | 5 | 15 | 3 | 0 | |
| 15 | 2013 | 12 | C | 21 | 43 | 4 | 31 | 6 | 0 | |
| 16 | 2013 | 12 | VG | 5 | 11 | 4 | 13 | 4 | 0 | |
| 17 | 2013 | 11 | A | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | |
| 18 | 2013 | 11 | B | 15 | 19 | 5 | 20 | 1 | 0 | |
| 19 | 2013 | 11 | C | 18 | 43 | 5 | 27 | 7 | 0 | |
| 20 | 2013 | 11 | VG | 5 | 10 | 5 | 9 | 5 | 0 | |

Figur 1: Skjerm bilde av en del av utarbeidet kodeskjema.

Selve kodingsprosedyren bestod i å plassere en og en låt fra en konkret spilleliste inn i en passende kategori, på fagspråket også kalt *frekvensfordeling*. Det betyr at det var *antallet* låter som falt inn i de ulike hovedkategoriene sjanger, kjønn og nasjonalitet som ble notert.

Å telle antall enheter, for å se hvordan disse igjen fordeler seg på ulike kategorier, kalles for en *univariat analyse* eller en enveisanalyse. En enveisanalyse kan vise oss hvordan enhetene som telles fordeler seg på ulike verdier eller kategorier, og dermed også vise om disse er spredt eller om de konsentrerer seg på færre kategorier (Østbye et al. 2013: 168).

Ved å summere antallet enheter innenfor de ulike kategoriene, sortert etter år og liste, kan en se hvilke sjangrer som har preget spillelistene til P3 i de utvalgte periodene. Man kan også se hvilke kjønn og hvilke nasjonaliteter artistene har hatt i de ulike periodene. En får også et bilde av hvordan disse forholdene har utspilt seg på de ulike A, B og C-listene.

Med denne tilnærmingen som utgangspunkt ble det laget statistikk av et utvalg av P3s A, B og C-liste og deres sjangerspredning gjennom 20 år. Sjangerspredningen kan fortelle oss noe om variasjonen i musikken på P3, og om spillelistenes utvikling med tanke på sjangermangfold og bredde.

I tillegg til å kode og registrere P3s spillelister har det også blitt registrert låter, uker og år fra VG-lista Topp 20 på tilsvarende måte. Grunnen til dette var behovet for en målbar variabel når det kom til spørsmålet om P3 lister mer kommersiell musikk i dag enn kanalen gjorde før. VG-lista Topp 20 representerer musikken folk kjøper og hører mest på, noe som gjør det mulig å argumentere for at den representerer den mest kommersielle musikken i Norge til enhver tid. I likhet med P3s spillelister oppdateres også VG-lista Topp 20 hver uke. Utvalget av VG-lister er derfor basert på de samme ukene og årene som P3s A, B og C-lister.

For å se om spillelistene til P3 har mer til felles med VG-lista Topp 20 nå enn tidligere ble det opprettet en egen kategori i kodeskjemaet for dette. I denne kategorien, som ble kalt “antall like”, ble antallet låter den konkrete A, B eller C-lista hadde til felles med VG-lista Topp 20 i samme uke registrert.

Sjangerutvalg

For å kunne måle variasjonen og utviklingen på P3s A, B og C-lister trengtes det en variabel å måle denne etter. Både NRK-plakaten og flere allmennkringkastingsrapporter belyser viktigheten av sjangermangfold generelt i NRK. For P3 sin del angår dette spesielt musikken. Allmennkringkastingsrapporten fra 2003 sier blant annet: “Den høye musikkandelen i Petre stiller krav til et mangfoldig musikktilbud til målgruppen” (Allmennkringkastingsrådet 2003: 65). En sjangerinndeling av spillelistene til P3 gjør det praktisk mulig å måle og vurdere dette mangfoldet.

Argumentet bak musikk sjangerutvalget, altså hvorfor disse 21 sjangrene ble valgt, var ønsket om å favne et så bredt sjangerspekter som mulig, uten å miste de mangfoldige nyansene som eksisterer innen sjangrene pop og rock. Som tidligere nevnt er det også disse sjangrene som preger store deler av musikken på P3, derfor var det ønskelig å også undersøke hva slags type pop og rock kanalen har listet opp igjennom historien. Dette ønsket resulterte i en etablering av skarpere skiller innen sjangrene pop og rock.

Sjangrene pop, rock, poprock, alternativ rock, hardrock og indiepop har i denne oppgaven fått tildelt ulike kriterier, selv om musikken grovt sett kunne blitt kategorisert som pop eller rock. Det er forskjell på et lite band som ikke har økonomien eller merkevaren til å kunne markedsføre musikken sin, og U2 – et band som fyller stadioner med sine konserter verden over. Det er mulig å anta at det er lettere å få med seg når U2 slipper en ny singel enn når et band av mindre størrelse gjør det samme.

Dette er grunnen til at det har blitt involvert kriterier som størrelse i sjangerkategoriene, ettersom det f.eks. kan fortelle noe om band av større størrelse har hatt en hyppigere tendens til å havne på P3s spillelister sammenlignet med mindre etablerte artister.

Artistens størrelse har derimot ikke vært den eneste faktoren med tanke på sjangerplassering. Uttrykket til den konkrete låten har også vært en elementær faktor. Der det har oppstått tvil har lytting vært en essensiell del av prosessen. Research har også vært viktig, ettersom det i tillegg har blitt tatt hensyn til om bandet f.eks. var like kjent i 1993 som det er i nyere tid. Det har i aller høyeste grad blitt lagt vekt på *låtene* på listene, ikke nødvendigvis på bandets generelle sjangerståsted. Selv om et band kategoriseres som et hardrock-band i sin helhet, betyr ikke det at alle låtene til bandet kan kategoriseres som det.

Sjangerkategoriene og de ulike sjangerkriteriene for pop, rock, hardrock, indiepop, poprock og alternativ rock vil bli belyst ytterligere i oppgavens teoridel. De andre sjangrene, som er tatt med for å favne det brede spekteret, vil ikke bli presentert i like sterk grad. Dette er et valg tatt på bakgrunn av oppgavens omfang og hensikt, som ikke har som mål å definere sjangrer. Når det gjelder sjangrene som faller utenfor nyansene innenfor pop og rock støtter denne oppgaven seg på at det eksisterer en form for felles enighet og kjennskap til hva slags type musikk som kjennetegner hip hop, soul, world eller elektronika.

3.3 Utvalg og innsamling av datamaterialet

Når en skal studere endring og utvikling er det viktig å ha tilgang på informasjon som strekker seg over tid. På grunn av denne oppgavens tidsbegrensning er den kvantitative analysen basert på et *representativt utvalg* av P3s spillelister. Utvalgsmetoden brukes ofte i analyser av et større materiale, og jo større utvalget er, jo sikrere slutninger kan en trekke ut av det (Østbye et al. 2013: 49, 249).

P3s spillelister har vært i forandring opp igjennom årene. Som nevnt innledningsvis har listene bestått av et ulikt antall låter og hatt ulik rotasjonspraksis. Kanalens A, B og C-lister har i hovedsak alltid vært kanalens hovedlister, men det må likevel nevnes at P3 også har operert med flere lister enn disse. I noen perioder har P3 hatt lister de har kalt for dance-lista, X-lista og Urørt-lista. Disse strekker seg likevel ikke over like lange perioder som kanalens A, B og C-lister. For å skape et skjerpet og ryddigere analysegrunnlag, basert på lister som har vært relativt tilgjengelige i et flerårig perspektiv, fokuserer denne oppgaven på P3s A, B og C-lister. Men også innsamlingen av disse viste seg å by på noen utfordringer.

I utgangspunktet var ønsket å kode så mange lister som mulig fra årene 1993/94, 1995, 2000, 2005, 2010 og 2012/13. Punktene under viser det endelige utvalget og redegjør for dette ytterligere:

- **1993:** P3s A, og B-lister var tilgjengelige på P3s kontorer på Marienlyst i Oslo. Disse ble kopiert og tatt med til Bergen for koding og analyse. C-listene var ikke å finne i arkivet, derfor er de heller ikke med i utvalget. Listene fra kanalens oppstartsperiode består dermed kun av A og B-listene. Totalt er 10 uker med spillelister representert her.
- **1994:** A, B og C-listene fra det første halvåret i 1994 ble også kopiert på Marienlyst og tatt med til Bergen. I motsetning til arkivet fra 1993, var C-lista mulig å finne her. Totalt er 14 uker med spillelister tatt med fra denne perioden.
- **1995-2010:** Utgangspunktet for analysen var at utvalget skulle basere seg på et femårig intervall, det måtte derimot justeres da det ikke var mulig å få tak i data for dette. Året 2000 var ikke å oppdrive, hverken i P3s spillelistearkiv på nett eller i det fysiske spillelistearkivet på Marienlyst. Det var derimot det mest nærliggende året 2002, som derfor ble tatt med i utvalget i stedet for året 2000. Totalt er 48 uker med spillelister tatt med fra 2002, altså alle som var mulige å få tak i. I likhet med året 1993 manglet også C-lista her og er derfor ikke med i utvalget for året 2002. Det samme gjelder C-listene fra 1995. Ellers er alle listene representert, både A, B og C-lista, i årene 2005 og 2010. Fra 2010 er 35 uker med spillelister med i utvalget. Fra 1995 er 47 uker med i utvalget.
- **2012:** Utvalget fra 2012 består av A, B og C-listene fra de siste ukene av året. Listene lå hverken på nett eller i P3s fysiske arkiv, men var likevel arkivert digitalt. P3s daværende musikk sjef, Marie Komissar, fremskaffet et kronologisk utvalg av lister pr. e-post. Fra denne perioden er totalt 14 uker med spillelister representert i utvalget.
- **2013:** A, B og C-listene fra første del av 2013 ble fremskaffet pr. e-post av musikk sjef Mats Borch Bugge. Totalt er 13 uker er representert her. Alle listene er fra de første ukene av året 2013.

Utvalget av spillelister måtte altså formes noe underveis i prosessen, ettersom det viste seg at tilgangen til alle spillelistene ble vanskelig. Utvalget er illustrert i tabellen på neste side, hvor også antallet låter som har blitt kodet og registrert er presentert.

| År | Antall uker | Antall låter totalt etter liste | | | |
|------|-------------|---------------------------------|---------|---------|----------|
| | | A-lista | B-lista | C-lista | VG-lista |
| 1993 | 10 | 250 | 300 | X | 100 |
| 1994 | 14 | 333 | 294 | 350 | 141 |
| 1995 | 47 | 952 | 547 | X | 910 |
| 2002 | 48 | 974 | 1154 | X | 960 |
| 2005 | 47 | 598 | 826 | 505 | 940 |
| 2010 | 35 | 246 | 1161 | 290 | 700 |
| 2012 | 14 | 135 | 612 | 702 | 280 |
| 2013 | 13 | 113 | 553 | 749 | 260 |
| Alle | 228 | 3601 | 5447 | 2596 | 4291 |

Tabell 4: Oversikt over utvalg og analysens datagrunnlag

Som tabellen viser har totalt 228 uker med spillelister blitt kodet. Listeinnholdet har variert fra liste til liste, og fra år til år. Fra A-lista har 3 601 låter blitt kodet etter variablene sjanger, kjønn og nasjonalitet. Fra B-lista har 5 447 blitt kodet, mens antallet låter fra C-lista utgjør 2 596. I tillegg til P3s spillelister har også 4 291 låter fra VG-lista Topp 20 blitt plassert i de ulike kategoriene.

Tabellen viser at kodingen av årene 1993/94 og 2012/13 består av færre uker enn de andre årene. Fordi P3 startet opp sine sendinger høsten 1993, finnes det ikke lister for hele året 1993. Spillelistene fra perioden 1993/94 er dermed de første spillelistene kanalen opererte med og belyser kanalens tidligste fase spillelistemessig. Listene fra 2012/13 vil benyttes på samme måte som representanter for spillelistene i nyere tid. I analysedelen av oppgaven er funnene for 1993/1994 og 2012/2013 slått sammen. Dette fordi spillelistene fra disse periodene følger hverandre kronologisk og utgjør dermed et ryddigere og jevnere analysegrunnlag. Perioden 1993/94 vil da være representert av 34 uker med spillelister, mens perioden 2012/13 vil være representert av 27 uker med spillelister.

3.4 Kildekritikk

Kildekritisk vurdering er viktig i all empirisk forskning. I enhver analyse av et datagrunnlag er det viktig å være oppmerksom på kildenes *autensitet* – om kilden er det den gir seg ut for å være (Østbye et al. 2013: 41-47).

Kildene i denne oppgaven er data som er anskaffet på ulike måter. Med unntak av spillelistene fra årene 1993, 1994, 1995, 2002, 2012 og 2013, har resten av kildene blitt hentet fra Internett. Både spillelistene til P3 fra årene 2005 og 2010 samt hele VG-lista-arkivet ligger tilgjengelig i arkiv på nett.

I følge Østbye (Østbye et al. 2013: 47) kan det være flere problematiske forhold ved elektronisk lagrede medier. Hvem som helst kan publisere informasjon og informasjonen kan også stå i fare for å bli endret på av hackere. Hacking ansees likevel som lite sannsynlig og det antas at datagrunnlaget er av god kvalitet.

Når det kommer til publisering er det rimelig å være noe mer kritisk. Hverken spillelistene til P3 eller arkivet til VG-lista Topp 20 står oppført med forfatter. Vi vet dermed ikke hvem som har publisert listene. Vi vet ikke om forfatteren hadde tilgang på rett informasjon, vi vet heller ikke noe om forfatterens egne interesser. Det kan være viktige faktorer å ta i betraktning når det kommer til kildenes troverdighet. Vi vet likevel at listene har blitt publisert av P3 og VG selv. På bakgrunn av fremstillingen av spillelistene til P3 på nett kan det også se ut til at disse er mekaniske utskrifter, eller kopier av de faktiske listene.

Her må det nevnes at VG-lista Topp 20 ikke alltid har representert det den har hatt som mål å representere. I 2005 viste plateprodusent Christer Falck hvor lett det var å manipulere listen. Ved å kjøpe 1 200 singler av den norske hiphop-gruppen Warlocks havnet de på VG-lista (Thorkildsen 2009).

Når det kommer til spillelistene til P3 fra årene 1993, 1994, 1995 og 2002 – listene som ble kopiert på Marienlyst, og listene fra 2012 og 2013 – som ble fremskaffet pr. e-post, gjelder mye av den samme kildekritikken som for listene i spillelistearkivet til P3 på nett. Disse er heller ikke oppført med forfatter, men mange er daterte. Det vil alltid være en mulighet for at noen av disse listene inneholder feil, f.eks. at en artist som ikke var A-listet en uke kom med på listen likevel. Med tanke på analysens omfang anses det likevel som lite trolig at slike feil vil påvirke det store utfallet og bidra til alvorlige målefeil.

3.5 Validitet og reliabilitet

Begrepene *reliabilitet* og *validitet* forteller noe om troverdigheten til det en har forsket på. Validitetsbegrepet kan brukes om flere deler av analyseprosessen, f.eks. om resultatet, eller om måten man kom fram til resultatet på.

Reliabilitet henviser til påliteligheten til innsamlingen, og analysen av data (Østbye et al. 2013: 26-27). I undersøkelsen av P3s spillelister er selvsagt begge disse relevante. Både etableringen av kodeskjemaet og kodingen av spillelistene er basert på forskerens musikkunnskap og vurderinger.

En kategorisering av låter inn i ulike sjangerkategorier er ikke helt uproblematisk. For det første er disse definert av forskeren, det er også forskeren som har avgjort hvor de ulike låtene skal plasseres. Sjangerdefinering kan i seg selv være omstridt, noe som også vil omtales senere i oppgaven. Selv om kategoriseringen av låtene har fulgt de satte sjangerdefinisjonene konsekvent, må det opplyses om at tilnærmingen kan bære preg av subjektive vurderinger. Enhver kodeprosess som denne vil bære et tungt element av kontinuerlige vurderinger og fortolkninger.

Å plassere tusenvis av låter inn i et kodeskjema krever musikkforståelse og kunnskap om musikk. Kompetanse på dette området gjør et prosjekt som dette overkommelig, ettersom det ikke blir nødvendig å høre seg gjennom alle låtene som har preget spillelistene til P3. Prosessen krevde likevel grundighet og research på flere områder, men hadde også rom for skjønn. All musikk er ikke laget for å kunne plasseres i én type kategori. Dagens moderne former for soul kan fort gli over i det noen ville kalt for r&b.

Spørsmålet om validitet og reliabilitet settes ofte i sammenheng med om resultatene ville vært de samme, om undersøkelsen var utført av en annen forsker. I denne forbindelsen kan det antas at de ville det, så fremt forskerens musikkjennskap var god og forståelsen for sjangerkriteriene analysen har lagt til grunn var tilstede.

4.0 Teori om allmennkringkasting og sjanger

Teoretisk sett er det mange innfallsvinkler som kunne kledd denne oppgaven. Dette kapitlet tar for seg de som anses som mest relevante med tanke på oppgavens problemstilling og omfang. Vi vil se nærmere på hva som ligger i begrepet allmennkringkasting og forpliktelsene et allmennkringkasteroppdrag fører med seg. Fordi undersøkelsen av spillelistene til P3 skal analyseres i lys av noen operasjonaliserbare allmennkringkastingskriterier, vil disse også presenteres her.

Kapitlet tar også for seg ulike forskningstilnæringer innen studiet av populærmusikk. Her vil vi blant annet se på hvordan noen forskere forholder seg til det sentrale sjangerbegrepet. Avslutningsvis vil det redegjøres for sjangerdefinisjonene som ble benyttet i kodingen av spillelistene til P3.

4.1 Allmennkringkasting

Allmennkringkasting er et omfattende begrep. Begrepet er en oversettelse av det engelske begrepet *public service broadcasting* og inneholder en referanse til en type medieideologi. Det var BBC's første leder, John Reith, som tok i bruk begrepet på begynnelsen av 1920-tallet (Crisell 2002: 18-19).

Reith hadde en visjon om hvilke prinsipper nasjonal kringkasting burde tuftes på. Han anså muligheten til å nå ut til en hel befolkning som svært verdifull, og ønsket derfor å definere noen idealer for at denne oppgaven skulle ivaretas på en best mulig måte.

Reith fremhevet spesielt fem ting han anså som viktige i sin definisjon av public service-begrepet. For det første skulle sendingene kunne mottas av hele befolkningen. De skulle holde høy standard og etterstrebe så god kvalitet som mulig. For å sikre kvaliteten i programmene, mente Reith at kringkasteren burde ha monopol på området. Han mente monopol var essensielt da han fryktet at konkurranse fra andre aktører ville gå utover innholdet som var rettet mot minoriteter i befolkningen. Et annet viktig punkt fra Reiths side var at kringkastingen burde lisensfinansieres, slik at kringkastingsinnholdet ikke var avhengig av gode publikumstall. Det siste punktet Reith fremhevet var viktigheten av redaksjonell uavhengighet. Kringkasteren skulle ikke påvirkes av politiske og kommersielle interesser (Crisell 2002: 18-19).

I Norge ble disse prinsippene overført til våre egne kringkasterne, både private mediebedrifter og NRK har forholdt seg til en public service-ideologi. Selv om det norske begrepet allmennkringkasting ikke ble lansert før i 1989, har prinsippene som ligger i begrepet vært gjeldende i store deler av det norske mediebildet og dets historie (Østbye 2013).

Allmennkringkastingsforpliktelser

For å kunne kringkaste sine program i Norge må alle de norske allmennkringkasterne forholde seg til noen regler. NRK har rett til å drive kringkasting, mens andre rikskringkasterne trenger *konsesjon* for å kunne gjøre det samme. Konsesjonsforpliktelser beskriver betingelsene de kommersielle rikskringkasterne må forholde seg til for å kunne kringkaste sine programtilbud ut til publikum (Kulturdepartementet 2010).

Siden NRK er et statlig medieforetak må NRKs tilbud forholde seg til noen pålagte regler. Den grunnleggende tanken bak å pålegge kringkasterne forpliktelser er å sikre at noen sentrale demokratiske verdier blir ivaretatt. Forpliktelsene er laget ut fra et ønske om å begrense forskjellene i informasjons- og kunnskapsamfunnet, og for å støtte forestillingen om at vi lever i et samfunn, og ikke kun som privatpersoner og forbrukere i et marked (Østbye 2008: 101 & Allmennkringkastingsrådet 1996: 10-11).

Fra 1996 til 2004 var det Allmennkringkastingsrådet som hadde ansvaret for å overvåke de riksdekkende kanalene og deres oppfyllelse av allmennkringkastingsforpliktelsene. Fra 2004 ble dette ansvaret overtatt av Medietilsynet (Østbye 2008: 88,104).

Allmennkringkastingsforpliktelsene deles inn i fem hovedkriterier. Disse er:

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 (SNL 2012).

4.2 NRKs allmennkringkasteroppdrag

NRK står i en særegen posisjon i det norske mediemarkedet. Rikskringkasteren er lisensfinansiert og trenger blant annet ikke å livnære seg på annonsevirkosomhet. Dette kan anses som en fordel fordi det gjør at kringkasteren ikke er like avhengig av gode seer- og lyttertall, sammenlignet med kringkasterkanaler som baserer sine inntekter på annonsesalg. Det gjør at NRK kan satse på programtilbud som anses som uattraktive for annonsører, men som likevel er viktige for mindre samfunnsgrupper.

Som den eneste lisensfinansierte mediebedriften i Norge stilles det andre krav til NRK enn til kommersielt drevne kanaler. NRKs rolle i det norske mediemarkedet innebærer ikke kun å formidle nyheter, kulturstoff og underholdning. NRK skal også ivareta interessene til de smale gruppene i samfunnet og skille seg ut fra det kommersielle tilbudet.

I 2008 kom Kulturdepartementet med et forslag om et eget dokument som skulle omhandle NRKs allmennkringkasterforpliktelser. *NRK-plakaten* ble godkjent samme år og har siden fungert som grunnlag når NRKs oppfyllelse av allmennkringkasteroppdraget skal vurderes. Plakaten består av mange punkter, men har likevel fem overordnede hovedkrav:

1. NRK skal understøtte og styrke demokratiet.
2. NRK skal være allment tilgjengelig.
3. NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur.
4. NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskapning.
5. NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt (Østbye 2008: 101).

P3s allmennkringkasteroppdrag

Som en del av NRK må også P3 forholde seg til kravene som stilles til en lisensfinansiert allmennkringkaster. Det gjør at kanalen må være bevisst på sine prioriteringer i forbindelse med programsatsinger og profileringsvalg. P3 skal skille seg fra det kommersielle radiotilbudet, blant annet gjennom å tilby et bredt innhold med fokus på mangfold, nyskapning og kvalitet. Fordi P3 ikke er avhengig av andre inntekter enn lisensen står kanalen friere når det kommer til forming av innhold og utvelgelse av musikk.

Musikk utgjør en såpass stor del av sendeflaten til P3 at også denne må ses i forbindelse med P3s og NRKs allmennkringkasteroppdrag.

Det blir blant annet forventet at P3 spiller mer norsk musikk enn de andre kommersielle radiokanalene, og at musikken som preger kanalen ikke kun velges for å generere sterke lyttertall. Det må ikke misforstås med at gode lyttertall ikke er viktig for P3. Kanalen er avhengig av å appellere til sitt publikum for å legitimere sin eksistens som en lisensfinansiert radiokanal.

4.3 NRK-plakaten i lys av undersøkelsens datamateriale

For å se hvordan spillelistene til P3 har utviklet seg i lys av NRKs allmennkringkasteroppdrag vil denne oppgaven fokusere på utvalgte punkter fra NRK-plakaten. Utvalget er basert på de punktene som kan la seg operasjonalisere med kodingen av spillelistene og variablene disse er kodet etter.

Målet med tilnærmingen er ikke å avsi en dom over hvorvidt P3 ivaretar sitt allmennkringkasteroppdrag eller ikke. En analyse av kanalens spillelisteutvikling er ikke omfattende nok til å kunne gjøre det. P3 er en kanal med mange ulike satsinger. Å reflektere rundt spillelistenes utvikling i lys av kanalens allmennkringkasterforpliktelser er fremdeles viktig fordi det kan fortelle oss noe om én del av et sammensatt bilde.

Tematisk og sjangermessig bredde

NRK-plakatens fjerde punkt sier at “NRK skal etterstrebe høy kvalitet, mangfold og nyskaping”. Punktet handler blant annet om at programmene NRK tilbyr skal være av høy kvalitet og kilder til innsikt og refleksjon. Punktet har flere underpunkt, der underpunkt d. sier at NRK også skal ha et innhold med tematisk og sjangermessig *bredde*.

Punktet kan ses i sammenheng med et tema som ofte har vært oppe til debatt: hvor bredt gjelder allmennkringkasterprinsippene? Det har til stadighet vært uenigheter om allmennkringkasterprinsippene skal gjelde NRKs samlede tilbud totalt, eller om disse skal tas hensyn til i alle av NRKs kanaltilbud. I allmennkringkastingsrapporten fra 1996 hevdet NRK at det var selskapets samlede tilbud som skulle evalueres med tanke på dette. Allmennkringkastingsrådet mente likevel den gang at NRK burde innfri allmennkringkastingsprinsippene i hver enkelte kanal, i stedet for å rendyrke flere ulike profiler på tvers av sitt kanaltilbud.

Rådet pekte blant annet på konkurransefortrinnet dette ville skape for NRK, ettersom andre allmennkringkastere som kun driver én kanal også må forholde seg til ulike konsensjonskrav. “NRK får dermed fordelen av å kunne rendyrke tre forskjellige format, mens P4 må oppfylle alle kravene på en kanal”, ble det argumentert med den gang (Allmennkringkastingsrådet 1996: 12-13).

I 2000 forandret Allmennkringkastingsrådet noe på tolkningen rundt dette. Av hensynet til ny teknologi, som muliggjorde digitalisering av medietilbudet, ble prinsippet noe mer nyansert. Rådet viste en viss aksept for profilering av enkelte kanaler innen NRKs radiovirksomhet, men det ble likevel påpekt at den teknologiske utviklingen, som “gjør det mulig å differensiere radiotilbudet betraktelig”, ikke har kommet langt nok. Fordi NRKs digitaliserte radiotilbud fremdeles ikke er tilgjengelig i hele landet, påpekte Allmennkringkastingsrådet at NRK Radio dermed ikke kan se *hele* virksomheten sin under ett. De tre basisradiokanalene P1, P2 og P3, som når ut til mesteparten av den norske befolkningen, må dermed forholde seg til allmennkringkastingsprinsippene hver for seg, og ikke anses som deler av en større helhet (Allmennkringkastingsrådet 2000: 5).

I 2005 var det Medietilsynet som utarbeidet allmennkringkastingsrapporten. Her ble det nevnt at Medietilsynet både vurderer bredden i NRKs samlede tilbud og i programtilbudet innenfor hver enkelt kanal (Medietilsynet 2005: 107).

På bakgrunn av dette kan en pr. dags dato fastslå at NRK-plakatens punkt d. om tematisk og sjangermessig bredde skal gjenspeiles i NRKs totale tilbud, men også etterstrebes i de enkelte kanalene, deriblant P3.

Allmennkringkastingsrapporten fra 1996 tar opp et annet relevant aspekt om hvorfor bredde og variasjon er viktig på P3:

Kanalenes intensjon er [...] å fange sine målgrupper, holde på dem, og utvikle “kanallojalitet”. I den grad de lykkes med sitt forsett, er det følgelig ut fra allmennkringkastingens generelle kulturpolitiske formål viktig at hver av kanalene faktisk tilbyr en programmeny der allmennkringkastingsprinsippene kan sies å bli realisert på en tilfredsstillende måte. Hvis ikke, vil kanalmengfoldet nettopp kunne bidra til utvidede “informasjonskløfter” i samfunnet, det vil si større forskjeller med hensyn til de ressurser som er nødvendige for selvstendig tenkning og handling som samfunnsmedlemmer. Det trenger man ikke allmennkringkastingskanaler til, verken lisens- eller reklamefinansierte (Allmennkringkastingsrådet 1996: 21).

Bredden i P3 er altså viktig fordi den skal generere selvstendig tenkning. Ved å nå ut til mange lyttere innenfor sin målgruppe har P3 en oppgave i å gi sitt publikum bred innsikt samfunnets nyanser. Fordi kanalens sendetid i stor grad består av musikk er det rimelig å anta at nyansene også bør gjenspeiles her.

En annen viktig faktor å ta i betraktning er de unge radiolytternes lyttervaner. Som tidligere nevnt hører P3s målgruppe i hovedsak på musikk når de hører på radio. At denne gruppen får kjennskap til et nyansert musikklandskap bør også anses som en del av P3s allmennkringkasteroppdrag.

Ettersom denne oppgaven i stor grad har som mål å ta for seg spillelistenes sjangerutvikling er punktet om sjangermessig bredde viktig. Analysen av listenes sjangervariasjon kan gi en indikasjon på hvordan P3 har ivaretatt denne delen av allmennkringkasteroppdraget. Med høy sannsynlighet gjør nok kanalen dette på flere områder, men her vil vi kunne se hvordan forholdet har utspilt seg på kanalens spillelister.

Gjenspeiling av mangfold

Et annet underpunkt i NRK-plakatens fjerde punkt – underpunkt e, sier blant annet at “NRKs tilbud skal gjenspeile mangfoldet som finnes i befolkningen”. Dette er selvsagt et omfattende krav som kan tolkes på mange ulike måter. I forbindelse med denne undersøkelsen og dens variabler kan punktet både relateres til spillelistenes sjangervariasjon og til variabelen kjønn.

Mangfoldet i befolkningen består av mange ulike interesser, deriblant mange ulike mennesker med ulik musikksmak. For å gjenspeile mangfoldet bør det anses som nødvendig at P3 har et variert tilbud også når det kommer til musikk. Befolkningen består både av kvinner og menn, ut fra det kan det også sies at P3 bør gjenspeile mangfold når det kommer til kjønnsrepresentasjon.

Styrking av norsk språk, identitet og kultur

NRK-plakatens tredje punkt sier at “NRK skal styrke norsk språk, identitet og kultur”. Punktet forteller at NRK har et ansvar når det kommer til å reflektere og styrke det norske kultur mangfoldet. Kringkasterens innhold skal i hovedsak være norskspråklig, men NRK skal også ivareta norske minoriteter.

Punktet sier blant annet at NRKs nynorskandel skal være på minst 25 %, og at innholdet og tilbudet som tilbys skal være geografisk spredt. NRK skal formidle bredden og variasjonen i norsk kultur, samtidig skal kringkasteren holde på den lokale forankringen i sitt totale tilbud. Punktet beskriver en viktig del av NRKs allmennkringkasteroppdrag, men det er spesielt ett underpunkt som er aktuelt i forbindelse med denne oppgaven. Kravet om at 35 % av musikken som spilles på NRK skal være norsk (“med vekt på norskspråklig og/eller norskkomponert musikk”) er relevant fordi P3 er en musikkkanal. Den norske musikkandelen på kanalens spillelister er også som har blitt målt gjennom kodingen av P3s spillelister.

I allmennkringkastingsrapporten fra 1998 kan en blant annet lese at P3 bidrar til utviklingen av en norsk ungdomsidentitet, “gjennom formidlingen og produksjonen av en spesiell variant av en internasjonal ungdomskultur” (Allmennkringkastingsrådet 1998: 37).

Allmennkringkastingsrapporten fra 2002 nevner også P3s påvirkning på utviklingen av en ungdomsidentitet i Norge:

Rådet mener at Petre bidrar til utviklingen av en ungdomsidentitet i Norge. Derfor er det avgjørende hvilke identiteter og referanser kanalen domineres av. Petre bidrar uten tvil til å utvikle en norsk variant av en internasjonalt preget ungdomskultur. Rådet vil peke på at det finnes et mangfold av ungdomsidentiteter i Norge, og at Petre har et ansvar for å fremme bevisstheten om dette mangfoldet (Allmennkringkastingsrådet 2002: 31).

Som Allmennkringkasterrådets uttalelse viser er representasjonen av mangfold også viktig når det kommer til identitet. Undersøkelsen av P3s spillelister kan ikke måle P3s bidrag til styrkingen av den norske identiteten, men den kan likevel belyse hvordan P3s spillelister gjenspeiler mangfoldet i den norske identiteten. Musikk og identitet er ikke nødvendigvis et separert forhold. Vi identifiserer oss med ulike musikk og sjangrer kan derfor også være representanter for ulike identiteter. En bred og variert sjangerrepresentasjon er også en måte å gjenspeile identitetsmangfold på.

Et ikke-kommersielt tilbud

Et annet aktuelt punkt i NRK-plakaten for denne oppgaven er plakaten punkt nummer fem. Punktet sier at “NRKs allmennkringkastingstilbud skal være ikke-kommersielt”, og forteller at NRK skal være uavhengig i det kommersielle markedet. Plakaten stadfester at hverken allmennkringkastertilbudet eller de redaksjonelle avgjørelsene i NRK skal styres av kommersielle hensyn. Publikum skal heller ikke utsettes for kommersielt press.

Det poengteres at dette er et særlig viktig hensyn å ta i betrakning i forbindelse med tilbud rettet mot barn og unge. Plakaten sier derimot ikke at NRK *ikke* kan ha et tilbud som også tilbys av kommersielle medier og aktører, men at NRKs tilbud bør *skille seg ut* fra det kommersielle tilbudet.

Punktet kan settes i sammenheng med P3s spillelister fordi P3 har blitt anklaget for å spille for mye kommersiell musikk. Kanalen har også blitt beskyldt for at dens musikkvalg ikke skiller seg nok fra andre kommersielle radiokanaler. Denne oppgaven har ikke sammenlignet P3s spillelister med andre kommersielle radiokanaler, det er derfor ikke mulig å si noe om denne likheten. Det oppgaven derimot kan er å se på utviklingen og forholdet mellom P3s spillelister og VG-lista Topp 20.

VG-lista Topp 20 lages ukentlig av interesseorganisasjonen IFPI Norge og utarbeides eksklusivt for VG. IFPI er en verdensomspennende organisasjon med mål om å fremme plateindustriens interesser. De tre største plateselskapene i verden, Sony, Universal, Warner Music samt datterselskap av disse er med i organisasjonen for å ivareta sine interesser (IFPI 2012a).

VG-lista baserer seg på musikk salg fra rundt 70 norske musikkforhandlere. Den inkluderer også musikknedlasting i form av iTunes salg og musikkstreaming fra programmene Wimp og Spotify. VG-lista Topp 20 er en singelliste som gir en oversikt over hvilke artister som dominerer det kommersielle musikkmarkedet, hvilke låter som selger og hvilke låter som blir lyttet til mest ukentlig i Norge (IFPI 2012b).

På grunn av VG-listas funksjon som salgs- og popularitetsbarometer for IFPI kan man si at den representerer den mest kommersielle musikken i Norge til enhver tid. En radiokanal som følger denne i stor grad kan dermed kategoriseres som en kanal som spiller kommersiell musikk. Fordi NRK skal skille seg ut fra kommersielle tilbud bør det anses som viktig at P3 ikke har altfor mange likhetstrekk med VG-lista Topp 20.

På bakgrunn av denne gjennomgangen kan vi summere opp fire kriterier fra NRK-plakaten som kan la seg operasjonalisere med variablene undersøkelsens datagrunnlag er basert på. Disse vil igjen fortelle oss noe om hvordan spillelistene til P3 har utviklet seg i lys av NRKs allmenkringkasteroppdrag.

For det første kan spillelistenes sjangerutvikling og listenes representasjon av ulike sjangrer fortelle noe om hvordan P3 fyller allmennkringkasterkriteriet om sjangermessig bredde. Listenes sjangervariasjon og deres representasjon av kjønn kan også si noe om hvordan P3s spillelister reflekterer bredden og mangfoldet i den norske befolkningen. Variabelen som tar for seg norsk musikk vil vise spillelistenes representasjon av norsk musikk, et punkt som igjen kan ses i sammenheng med allmennkringkasterkriteriet om styrking av norsk språk, kultur og identitet.

Sammenligningen av P3s spillelister med VG-lista Topp 20 vil gi en indikasjon på hvordan listene har forholdt seg til det kommersielle musikkmarkedet, hvorvidt spillelistene til P3 skiller seg fra det kommersielle musikktilbudet og om kommersiell musikk får mer plass på listene nå enn tidligere.

4.4 Musikksjangrer i populærmusikkforskningen

Sjangre spiller en sentral rolle i forskningen og analysen av *medietekster*. Alle former for medier som f.eks. filmer, bøker og musikk kan betegnes som en medietekst (Shuker 2005: 120-121). Studiet av sjangrer innen populærmusikken er nokså omfattende. Ulike forskere har forskjellige tilnæringer til hvordan musikksjangre forholder seg til populærmusikken og ikke minst til kulturen omkring den (Shuker 2005, Holt 2007, Negus 2013 & Frith 1998).

En musikksjanger defineres ofte som en type kategori og brukes gjerne som et referansepunkt for musikere, fans og kritikere (Shuker 2005: 120-122). McKay & Fujinaga (2006) sier at musikksjangre kan hjelpe oss til å skille mellom ulike musikkinnspillinger og være med på å forme menneskers følelse av kulturell tilhørighet. De understreker også at mange sjangre ikke lar seg definere på grunn av deres kompleksitet og stadige utvikling (McKay & Fujinaga 2006: 2). Det finnes likevel en del forsøk på å definere musikksjangre innen populærmusikkforskningen.

En pionér på dette området er Franco Fabbri. Han definerer en musikksjanger som “a set of musical events (real or possible) whose course is governed by a definite set of socially accepted rules”. Med andre ord bygger altså en musikksjanger på en form for sosial enighet omkring noen felles regler. Fabbri (1981) deler disse reglene inn i fem katoegorier: *formal and technical, semiotic, behavior, social and ideological and economical and juridical*.

Den første kategoerien tar for seg forhold på musikkens innholds nivå, dens komposisjon og instrumentbruk, utøvernes fremføringsteknikk samt tradisjonene rundt dette. Den andre kategorien viser til forholdene på *semiotisk* nivå: de abstrakte ideene og konseptene som musikken kommuniserer, som f.eks. politikk og følelser. Det tredje som skisseres er komponistenes, utøvernes og publikums tilnærming og væremåte i forbindelse med musikken, det Fabbri kaller *behavior*. Den fjerde kategorien tar for seg forholdet mellom sjanger og *demografi*, som f.eks. kjønn, alder og politisk synspunkt. Det femte forholdet går på sjangerens posisjon i det økonomiske systemet sjangeren opererer i, herunder sjangerens ideologi (Fabbri 1981: 1-6 & McKay & Fujinaga 2006: 2).

Fabbri sier at sjangre defineres av ulike sosiale grupper, det han kaller *musical communities*, som aksepterer noen felles regler. Han poengterer likevel at de ovennevnte reglene ikke kan gi oss et fullstendig bilde av alle reglene og forholdene som spiller inn når en skal definere en sjanger (Fabbri 1981: 6). Dette er også noe Frith (1998) påpeker.

Frith (1998) mener Fabbri's sjangerregler er noe enkle fordi de gir et inntrykk av at sjangre har definerte grenser. Han mener at sjangre ikke kan defineres etter fastsatte regler og at sjangerinndeling er mer komplisert enn som så (Frith 1998: 93-94).

Flere populærmusikkforskere er enige om at musikkshangre er flytende. Dette fordi ingen av dem er uten påvirkning fra andre sjangre. Musikere har hele tiden lånt og integrert ulike sjangre inn i sin egen musikk (Shuker 2005: 122). En vanlig tilnærming til sjangerdefinisjoner innen populærmusikkforskningen har dermed blitt å ta mange faktorer i betraktning. Musikkens lydbilde, musikkshangrenes historiske utvikling, musikkbransjens egen bruk av musikkategorisering og publikums forhold til musikken er bare noen av disse faktorene. Holt (2007) gjør også et poeng ut av at musikkshangre ikke kun kan defineres ut fra selve lyden av musikken:

At a basic level genre is a type of category that refers to a particular kind of music within a distinctive cultural web of production, circulation, and signification. This is to say, genre is not only "in the music," but also in the minds and bodies of particular groups of people who share certain conventions (Holt 2007: 1).

Holt (2007) mener at en må ta hensyn til hvilke sosiale grupper, kulturelle tradisjoner, verdier og praksis sjangrene representerer (Holt 2007: 19).

Han anser kategoriseringen av populærmusikken som komplisert fordi den har røtter i ulike sosiale grupper og skifter logikk i takt med den moderne kapitalismen. Samtidig mener Holt (2007) at sjangre er en fundamental måte å strukturere musikk for å forstå kulturen omkring den.

Populærmusikken har stor kulturell og økonomisk påvirkningskraft i det moderne kapitalistiske samfunnet. Musikkjangre og individuelle artister fungerer som sterke symboler innen ulike sosiale grupper, noe de også har gjort i ulik grad i forskjellige tidsepoker. Dette må inkorporeres i vår forståelse og definisjon av de ulike sjangerbegrepene, mener Holt (2007), ettersom musikkindustrien stadig definerer nye begrep på musikkproduktene den promoterer (Holt 2007: 2,14).

Musikk som kulturell vare

Betraktningene om musikk og kultur som produkt kan ses i sammenheng med Frankfurterskolens teoretiske tilnærming til populærkulturen. Theodor Adornos forskning på *kulturindustrien* bygger på oppfatningen av kultur som vare, et produkt skapt av en industri og tilrettelagt for publikum med et mål om profitt (Adorno 2001).

Aktørene i musikkbransjen er mange, men den drives av relativt få store selskap. Dette har styrket bildet av at musikkbransjen følger en kapitalistisk logikk, hvor målet er å tjene penger. Tilnærmingen har likevel noen svakheter: publikum anses som passive konsumenter og en gruppe som lett lar seg manipulere. Moderne populærmusikkforskere har ikke gått vekk fra å se viktigheten av musikkindustriens posisjon i samfunnet, men bærer preg av å nyansere sin tilnærming ytterligere (Shuker 2001: 20-21).

Bransjens påvirkning på musikken

Negus (2013) forsøker å inkorporere produksjonssiden av musikkbransjen og tekstene den produserer inn i sin forskning på sjangrer og populærmusikk. Hans tilnærming baserer seg på hvordan musikkindustrien påvirker grunnlaget for hvilke sjangrer som adopteres inn i andre sjangre, plateselskapenes generelle innflytelse på populærmusikken, og måten plateselskap er med på å påvirke vår definisjon og forståelse av sjangrer og musikk (Negus 2013: 24).

Negus (2013) mener at industrien produserer kultur, men også at kulturen produserer industrien: “an industry produces culture and culture produces an industry”.

Med det låner tilnærmingen hans noe fra to ulike forskningsretninger: *cultural studies*-tradisjonen og teoriretningen *politisk økonomi/political economy* – en retning som ofte blir sett i sammenheng med Frankfurterskolens kritiske teori. Cultural studies-tradisjonen tar utgangspunkt i hvordan publikum tolker og gir medietekster mening. For å kunne studere kulturproduksjonen, mener Negus (2013) at en altså må ta hensyn til noe mer enn selve produktet. Det er et tosidig forhold, på den ene siden står publikums og kulturens interesse og på den andre siden står industriens interesse. Disse er ikke uavhengige av hverandre (Negus 2013: 14-20).

Med det sagt, nevner også Negus (2013) at en ikke skal undervurdere den internasjonale platebransjens påvirkning på populærmusikken. Denne domineres av en liten gruppe store selskap som stadig utvikler seg gjennom nye salg og oppkjøp.

Selskapene, som ofte refereres til som *the majors*, har siden 1980-tallet stått for omkring 80% av den lovlige produksjonen og distribusjonen av populærmusikk på verdensbasis. Bransjen er som sagt i stadig utvikling, men i 2013 består de største aktørene av Electric and Musical Industries [EMI], Bertelsmann Music Group [BMG], Warner Music Group, Sony Music Entertainment og Universal/Polygram (Negus 2013: 35, 37-45).

Negus (2013) forteller at selskapene stadig konkurrerer om nye markedsandeler, ofte gjennom salg eller oppkjøp av andre selskap. Selskap med høye markedsandeler har en tendens til å trekke til seg flere artister og med det gjøre seg mer attraktive for nye investeringer i selskapet. Behovet for nye markedsandeler henger sammen kravet om vekst og profitt, noe som igjen stiller krav om effektiv drift. Det er et viktig aspekt å ta i betraktning i studiet av sjangrer og populærmusikk. I følge Negus (2013) illustrerer det at musikkbransjen ikke bare er en arena for produksjon av musikk, men også del av en større kontekst. Bedriftene i musikkbransjen forsøker stadig å styre og etablere nye strategier for hvilken musikk som skal produseres og falle i smak hos publikum (Negus 2013: 46-47).

Et av de viktigste virkemidlene bransjen opererer med på dette området er promotering, ofte basert på å fremme ulike sjangrer mot identifiserte marked. Publikum identifiserer seg med ulike musikkjangrer, noe plateselskapene også er klar over når de skal posisjonere musikken på markedet. Negus (2013) mener platebransjens posisjonering av populærmusikk, og kravet om vekst og markedsandel, blant annet resulterer i at artister som får platekontrakt ikke nødvendigvis får det på bakgrunn av sitt talent, men på grunn av de kommersielle vurderingene som ligger bak (Negus 2013: 32).

Musikk og målrettet popularisering

Flere populærmusikkkforskere mener at musikkbransjen spiller en vesentlig rolle i standardiseringen og populariseringen av musikkjangre. Holt (2007) nevner at en klassisk strategi har vært å tilpasse musikkjangre til *mainstreamen* og å skape *crossover-sjangre* for å dekke et bredere marked (Holt 2007: 25).

Mainstream kan defineres som det motsatte av alternativt, her et begrep brukt om noe som i større grad holder avstand til kommersiell innflytelse. Shuker (2005) eksemplifiserer mainstream-begrepet med musikkjangre som opererer innenfor et kommersielt system, hvor plateselskap, management, kontrakter og markedsføring er en viktig del av konteksten. Inn under denne skapes rammene for plateinnspillinger, imagebygging og konsertvirksomhet (Shuker 2005: 122). Crossover-musikk kjennetegnes ved en sjangers overgang inn i et kommersielt marked, f.eks. britpopens inntog på hitlistene i Storbritannia på 1990-tallet (Shuker 2005: 62-63).

De siste tiårene har rock og pop blitt en del av den kulturelle mainstreamen, noe som har blitt akseptert som en del av musikkutviklingen (Holt 2007: 2). Men i forbindelse med diskusjonen om mainstream, kommersiell musikk og plateselskaps påvirkning på musikkjangrene er det også viktig å være bevisst på at utviklingen ikke er av nyere dato. Shuker (2005) minner om at den kapitalistiske industrien har en lang historie som markedsfører av musikk. Han konkretiserer dette med promoteringen av pianoet som et hjemmeinstrument på 1800-tallet, salg av noter og platespillere har også vært en del av musikkindustrien lenge. I en historisk kontekst kan det altså argumenteres for at all musikk er kommersiell til en viss grad (Shuker 2005: 46-49).

Sjanger og konvensjoner

På bakgrunn av det som hittil har vært presentert i forbindelse med populærmusikkkforskningens mange studieområder, kan det anses som problematisk å dele populærmusikk inn i definerte sjangrer. Det blir likevel påpekt at en kategorisering av populærmusikken er nødvendig for at vi skal kunne forstå den.

Flere forhold må tas i betraktning: sentrale forskere på området mener blant annet at en ikke kun kan ta utgangspunkt i selve musikken når en skal definere en sjanger. Sjangerens historie, dens posisjon i markedet og blant publikum er noen av faktorene å ta hensyn til. Platebransjens makt, dens påvirkning og innflytelse i markedet skal heller ikke undervurderes.

Med såpass mange forbehold i betraktning kan det argumenteres for at det aldri vil finnes en presis definisjon av noen sjangre. Alle er i ulik grad påvirket av hverandre og ikke minst av andre forhold, som f.eks. teknologiske utvinninger og en sammensatt global økonomi. Det må likevel påpekes at det finnes konvensjoner innen vestlige musikktermer. Den vestlige populærmusikkens sterke sirkulasjon på det internasjonale markedet har gjort at vi har flere felles konvensjoner rundt sjangrene innen populærmusikken (Holt 2007: 15). Konvensjonene henger sammen med forventningen en sjanger skaper og vi har fått en form for felles forståelse for ulike sjangrers komposisjonsform, instrumentbruk og uttrykk (Shuker 2005: 122).

På bakgrunn av dette har vi en felles oppfatning om hva som kjennetegner sjangrer som pop, rock og elektronika. Det er derimot ikke selvsagt at sub-sjangre av disse konnoterer de samme ideene hos publikummet som har kjennskap til sjangeren, og hos publikummet som ikke har det. Sub-sjangre er undersjangre av det en kan kalle grov sjangerinndeling, f.eks. ulike musikkretninger innen jazz eller klassisk musikk. Personer som ikke interesserer seg i elektronisk musikk, har kanskje noen ideer om hva som er typisk for sjangeren og hvordan elektronisk musikk kan høres ut, men ikke nødvendigvis kjennskap til hva som skiller sjangerens sub-sjangre house og drum and bass. Vår felles forståelse for ulike sjangrer kan dermed sies å ligge på et mer generelt og grovt nivå.

4.5 Undersøkelsens sjanger- og begrepsavklaring

Som oppgaven har belyst hittil er det å kategorisere musikk etter visse kriterier en omdiskutert praksis. Forskere er likevel enige om at det finnes en form for felles forståelse for hva ulike sjangrer kjennetegnes av, en gjenkjennlighet i form eller uttrykk, som gjør at sjangrer kan fungere som rammeverk for vår forståelse av populærmusikk.

I dagens musikklandskap er antallet musikk sjangrer nærmest ubegrenset, men i en oppgave som denne, hvor målet er å finne hovedtrekkene ved spillelistene til P3, har det vært nødvendig med noen definerte skiller. I oppgavens sjangerutvalg har det vært forsøkt å favne et vidt spekter av det vi kan kalle konvensjonelle musikk sjangrer, sjangrer vi i utgangspunktet har en felles oppfatning av. Men det har også blitt tatt hensyn til nyansene som finnes innen brede sjangrer som pop og rock. I presentasjonen av disse vil populærmusikkforskeren Roy Shuker stå sentralt. Dette fordi han er en av få forskere som har forsøkt å lage en konsis begrepsavklaring innen populærmusikkforskningens mangfoldige begrepsapparat (Shuker 2005).

Kriteriene for sjangeklasseringen har blitt noe tilpasset oppgavens problemstilling. Kriteriene krever en ytterligere forklaring ettersom det ikke kun er en artist sitt lydbilde, eller vår generelle oppfatning av hvilken sjanger den hører hjemme i, som har skapt grunnlaget for registreringen av datamaterialet.

Det vil her redegjøres for analysens musikk sjangerutvalg og kriteriene som lå til grunn for sjangerklasseringen av låter i kategoriene pop, rock, hardrock, indiepop og alternativ rock. Kriteriene har vært gjennomgående for hele registreringen.

Pop

Musikalsk defineres ofte pop-sjangeren av sitt tilgjengelige uttrykk. Oppbyggingen preges gjerne av noen gjenkjennelige *hooks*, fengende sekvenser og en lyrikk som i stor grad konsentrerer seg omkring kjærlighetstematikk. Ordet “pop” ble først tatt i bruk i USA på 1950-tallet, da som en betegnelse på musikken som var rettet mot ungdomsmarkedet. Termen ble også brukt for å karakterisere musikken som dominerte salgslistene i USA på 1950-tallet.

Pop-sjangeren er i stor grad forbundet med sin kommersielle orientering og anklages ofte for å være en sjanger som har det som mål å fremme profitt (Shuker 2005: 201-202). Sammenlignet med rocken, bærer diskusjonen om pop og rock ofte preg av at den ene er mer autentisk og mindre kommersiell enn den andre:

Pop implies a very different set of values to rock. Pop makes no bones about being mainstream. It accepts and embraces the requirement to be instantly pleasing and to make a pretty picture of itself. Rock on the other hand, has liked to think it was somehow more profound, non-conformist, self-directed and intelligent (Hill 1986: 8, sitert i Shuker 2005: 202).

Holt (2007) eksemplifiserer pop-musikk med artister som George Michael, Madonna, Britney Spears, Backstreet Boys og Justin Timberlake. Artister, som i hans øyne, spesialiserte seg innen produksjoner hvor profesjonelle team av produsenter og managere er viktige aktører. Mediefokus og offentlig eksponering er andre faktorer som i følge Holt (2007) karakteriserer pop-sjangeren (Holt 2007: 17).

Holts (2007) eksempel på artister innen pop-musikken og sjangerens fokus på ovennevnte faktorer, kan ses i sammenheng med denne undersøkelsens registrering av artister og låter under sjangeren pop. Sjangerkarakteristikken er dermed ikke helt presis, ettersom den i dette tilfellet også kan omfatte artister som f.eks. kunne ha blitt kategorisert under sjangeren rock.

Også større band som f.eks. Metallica har store apparat i ryggen i form av management og plateselskap. Bandet blir heftig promotert i forbindelse med turnévirkosomhet og albumslipp, men musikken til Metallica kalles ikke pop for det. Oppgaven har derfor hatt behov for å nyansere dette ytterligere.

I forbindelse med denne oppgaven omfatter pop-sjangeren som regel kjente artister på internasjonalt nivå, men norske artister er ikke utelukket. Kriteriet om at den konkrete låten har klare musikalske pop-trekk har vært ansett som viktig, men bransjeaspektet har heller ikke blitt utelatt.

Som illustrert gjennom Negus' (2013) og delvis Holts (2007) teoretiske tilnærming til populærmusikkforskningen, spiller også plateselskapene og industrien rundt artister en vesentlig rolle i vår kulturelle forståelse av sjangerbegrepet. Det er et viktig forhold å ta i betraktning, ettersom en artist under et stort plateselskap kan ha en fordel når det kommer til f.eks. promotering. De økonomiske betingelsene er altså ikke de samme i hele musikkbransjen.

På bakgrunn av denne vurderingen er det dermed ikke uvanlig at artister som har blitt registrert under sjangeren pop har, eller har hatt, et stort markedsføringsapparat rundt seg og gis ut, eller har vært gitt ut, på et av de store plateselskapene, eller underselskap av disse. De store selskapene brukes her i betydningen majors, som beskrevet tidligere. Underselskap kan her inkludere plateselskap som har blitt kjøpt opp av gigantselskapene i perioden 1993-2013 eller før. Jive Records, en del av Sony Music Entertainment, som har gitt ut artister som Britney Spears og Backstreet Boys er et eksempel på dette. Det finnes mange plateselskap som spesialiserer seg på å gi ut en type sjanger og i pop-sjangerens tilfelle omfatter det naturlig nok mange. Kriteriet baserer seg derfor ikke utelukkende på plateselskap og størrelse, men også på det tidligere omtalte musikalske uttrykket den enkelte låten representerer. Pop-sjangeren er svært omfattende, den vil derfor illustreres med noen eksempler fra registreringen av spillelistene til P3. Spillelistene består av enkeltlåter, sjangerinndelingen har derfor vært holdt på låtnivå.

Eksempel på låter som har blitt registrert under pop-sjangeren i registreringsprosessen er Rihannas "Diamonds" (2012), Lady Gagas "Bad Romance" (2009), Pinks "Get The Party Started" (2001) og Madonnas "Take A Bow" (1994).

Av norske artister har blant annet Kurt Nilsens “Never Easy” (2004) og Maria Menas “My Lullaby” (2002) blitt registrert under sjangeren pop.⁵

Rock

Rock er en enorm paraplybetegnelse for mange typer ulik musikk. Selve ordet har sine røtter i termen rock’n’roll, en betegnelse som også oppstod i USA på 1950-tallet. Det var også på denne tiden at den romantiske ideen om at rock var mer *autentisk* enn pop oppstod.

Begrepet autentisitet er svært sentralt i populærmusikkforskningen. Shuker (2005) beskriver begrepet som en symbolsk verdi, et begrep som konnoterer ærlighet, integritet, kreativitet og originalitet (Shuker 2005: 17).

På 1960-tallet ble rock-sjangeren ansett som mer opprørsk da det ofte ble trukket paralleller mellom rocken og protestbevegelsen i USA. Dette var med på å etablere de kjente kontrastene mellom mainstream musikk og uavhengig musikk, kontrastene mellom det kommersielle og det kreative, mellom kunst og kulturell vare – mellom pop og rock. Forskere har naturlig nok et mer nyansert syn på forholdet mellom pop og rock i dag (Shuker 2005: 17-18).

Nyansene har også vært viktige å karakterisere i denne oppgavens tilnærming til sjangeren. Ettersom rock kan være så mye har det vært nødvendig å sette noen klare skiller i registreringsprosessen av P3s spillelister. I registreringen av låter under sjangeren rock har både det musikalske uttrykket og utøvernes posisjon i musikkmarkedet vært av stor betydning.

I oppgavens sammenheng kjennetegnes sjangeren rock musikalsk av sin karakteristiske bruk av elektriske gitarer og et klassisk bandoppsett. Likheten mellom rock og pop i denne tilnærmingen er likevel tilstede når det kommer til størrelsen på bandet eller artisten.

Artistens størrelse, altså om denne er kjent på internasjonalt nivå, har vært et av de viktigste kriteriene ved plasseringen av en artist eller band i sjangeren rock. Det betyr at sjangeren rock kjennetegnes av band og artister som nærmest kan regnes som giganter innen sjangeren og bransjen.

5 Om ønskelig er det mulig å lytte til låteksempelene, lenker ligger tilgjengelig under *musikkreferanser* i litteraturlisten.

At artisten har et stort apparat bak seg har vært en forutsetning for å bli plassert her. Markedsføringskampanjer på TV, på nett og i aviser er dermed ikke uvanlig. For å illustrere dette ytterligere vil det igjen gjengis et par eksempler fra spillelistene til P3 som har blitt registrert som sjangeren rock. David Bowies “Strangers When We Meet” (1993), U2s “Hold Me, Thrill me, Kiss Me, Kill Me (1995), Oasis’ “Hindu Times” (2002) og Pearl Jams “The Fixer” (2009) er noen få eksempler på band og artister som har blitt registrert under sjangeren rock.

Hardrock

Hardrock er enda et eksempel på en sjanger som favner bredt. Termen har blitt brukt siden 1960-tallet, da i hovedsak om band som spilte musikk med høyt volum og hardt uttrykk. Musikkmessig preges hardrocken av drivende rytmer, tunge basstommer og en formstruktur basert på vers og refereng med oppbrudd i form av broer og soloer. Shuker (2005) nevner Led Zeppelin, Guns N’Roses og The Who som eksempler innen sjangeren (Shuker 2005: 130).

Shuker (2005) omtaler også heavy metal-sjangeren i sitt forsøk på å distingvere mellom ulike sjangerbegrep, kun under denne lister han opp åtte undersjangrer (Shuker 2005: 133-135). I denne oppgavens bruk av termen hardrock har også andre hardrock-sjangrer som heavy metal, hardcore, thrash og death metal blitt registrert som hardrock. Det er et grovt skille, men for å favne et bredt musikkspespekter ble dette ansett som nødvendig.

Hovedkriteriet for at en låt har blitt registrert under kategorien hardrock har vært at den preges av et mer aggressivt uttrykk enn den tidligere omtalte rocken. I motsetning til kategorien rock har ikke bandets størrelse vært et kriterium her. Oppgavens mål har vært å bruke sjangeren som et redskap for å måle forekomsten av hardere musikk på P3s spillelister. Denne har blant annet bestått av Kvelertaks “Kvelertak” (2013), JR Ewings “Fucking And Champagne” (2006), The Mars Voltas “The Widow” (2005) og Gluecifers “Easy Living” (2003).

Poprock

Holt (2007) forteller at betegnelsen poprock kjennetegner rock som har mistet noe av sin sjangeridentitet og blitt en del av mainstreamen (Holt 2007: 24). I denne oppgavens tilnærming til sjangeren kan dette også være tilfellet.

Hovedkriteriet har derimot vært å vurdere en låt etter uttrykk og lydbilde, for å deretter se dette i sammenheng med resten av sjangerspekteret. Med andre ord har musikk som blir for mild til å kunne plasseres under sjangeren hardrock og for hard til å kunne plasseres under sjangeren pop blitt plassert under sjangeren poprock.

Låtens uttrykk har vært viktig for kategoriseringen. Instrumenter som elektrisk gitar, bass og trommer, som sammen skaper et uttrykk nærmere popen enn hardrocken, beskriver poprock i denne sammenhengen. Fengende refreng og en form for emosjonell appell er ikke uvanlig. Låter og band som har blitt registrert under sjangeren poprock fra spillelistene til P3 er f.eks. Paramore “Now” (2013) The Airborne Highfives “Monster” (2012) Green Day “Wake Me Up When September Ends” (2005) og Bigbang “Saturn Freeway” (2005).

Indiepop

Indiebegrepet assosieres ofte med mindre plateselskap som er uavhengige av de største plateselskapene. Shuker (2005) understreker at disse ikke nødvendigvis har en mindre distribusjon enn de største plateselskapene. Det har vært argumentert for at mindre plateselskap i større grad klarer å plukke opp nye trender og artister, som deretter blir plukket opp eller kopiert av de store plateselskapene. Termen indiemusikk forbindes ofte med alternativ musikk, som igjen gjerne linkes til begrepet autensitet. Men også her finnes det flytende skiller, hvor blant annet crossover-begrepet er aktuelt (Shuker 2005: 144-145).

Denne oppgavens bruk av termen har i hovedsak vurdert om artistene og låtene skiller seg fra de store plateselskapenes hovedsatsinger, det betyr ikke at artisten ikke kan ha et støtteapparat bak seg. Artistene som har blitt registrert som indiepop gis ofte ut på mindre og uavhengige plateselskap, som f.eks. XL Recordings og 4AD. Kriteriet for registreringen av en låt som indiepop har likevel vært at bandet eller artisten er etablert i større grad enn en helt uavhengig aktør. Bandene eller artistene omtales ofte i nettmagasin med fokus på alternativ musikk, som f.eks. Stereogum og Pitchfork.

Eksempel på låter og utøvere som har blitt registrert under sjangeren indiepop fra P3s spillelister er Death Cab For Cutie “Meet Me On The Equinox” (2009), Local Natives “Who Knows Who Cares” (2009), Alt-J “Tessellate” (2012) og The Shins “Simple Song” (2012).

Alternativ rock

Alternativ musikk er en bred betegnelse, men musikken den omfatter har det til felles at den siden slutten av 1960-tallet har blitt ansett som kompromissløs og mindre kommersiell. Betegnelsen brukes ofte om utøvere som avslår kommeriselle tilbud fra musikkindustrien og som legger vekt på musikk som kunstform og ikke som et produkt. Shuker (2005) peker på at også denne termen har blitt noe utvannet, ettersom den etter 1960-tallet har blitt brukt som en form for markedsføringsstrategi fra plateselskapenes side. Alternativ musikk skaper likevel konnotasjoner til opprør. Betegnelsen har ofte blitt brukt i forbindelse med punkens fremvekst på slutten av 1970-tallet og om grungescenen på 1990-tallet (Shuker 2005: 9).

Denne oppgavens tilnærming til begrepet alternativ rock har som mål å trekke et skille mellom musikkutøvere med plateselskap i ryggen og uavhengige aktører. Selve termen alternativ *rock* brukes for å understreke kriteriet om at utøveren spiller musikk i sjangeren rock, poprock eller indiepop. Et av de viktigste kriteriene for at en låt har blitt plassert i kategorien har vært at utøveren er mer eller mindre uavhengig fra et plateselskap og uetablert som artist. I hovedsak har norske artister, som f.eks. har blitt plukket opp via nettsidene til Urørt havnet her. Urørt-band som Lemaitre, som lager elektronika, har derimot ikke blitt registrert her fordi musikken ikke kategoriseres som rock, indiepop eller poprock.

Det er viktig å påpeke at alternativ rock-kategorien ikke er synonym med antallet uavhengige band og artister på spillelistene til P3. Kategoriens hensikt er ikke å måle antallet uetablerte artister som har blitt listet på P3, men antallet uetablerte artister som spiller alternativ rock på P3. Eksempel på utøvere og låter som har blitt registrert i denne kategorien er The Alexandria Quartet “The Dark Side Of The Blues” (2009), Team Me “Fool” (2010), Casa Murilo “In For The Kill” (2012) og Anja Elena Viken “I morgen” (2013).

Som tidligere nevnt vil det ikke i denne oppgaven redegjøres like grundig for resten av sjangerspekteret. Sjangerkategoriene som ikke er beskrevet i teksten over oppsummeres i tabellen på neste side.

| Det resterende sjangerspekteret | | |
|---------------------------------|--|--|
| Sjanger | Kjennetegn | Artist og låteksempler fra spillelistene til P3 |
| Rap/hip hop | Sampling, beats, verbal vokal. | Timbaland - "Carry Out" (2009) Jay Z & Kanye West - "Niggas In Paris" (2011) Lars Vaular & Jonas V "Mye Mere" (2012) |
| Dance/trance | Datagenrert/elektronisk. Markant synthbruk, ofte benyttet til å bygge opp låtens klimaks. Omfatter også techno, house, drum'n'bass og eurodance. | Twenty 4 Seven - "Slave To The Music" (1993) David Guetta feat. Akon - "Sexy Bitch" (2009) Avicii & Nicky Romero - "I Could Be The One" (2012) |
| Elektro | Ofte preget av lavere tempo enn dance/trance. Herunder også elektropop. | Björk - "Play Dead" (1993) Robyn - "Dancing On My Own" (2010) Røyksopp - "Only This Moment" (2005) |
| Dubstep | Tung bass. Undersjanger av elektronika. | Skrillex - "Bangarang" (2012) |
| R&B | I den moderne tolkningen av sjangeren, som hadde sitt inntog på 1990-tallet. | TLC - "Get It Up" (1993) Alicia Keys - "A Woman's Worth" (2002) Destiny's Child - "Soldier" (2004) |
| Soul | Referanser til Motown, funk og gospel. | Music Relief - "What's Going On" (1994) |
| Singer/songwriter | Dempet rytmeakkompagnement, ofte ledet av vokal, akustisk gitar. | Thomas Dybdahl - "One Day You'll Dance For Me, New York City" (2004) |
| Country | Bluegrass, rockabilly, amerikansk folkemusikk. | Rednex - "Wish You Were Here" (1995) |
| Folk | Folkrock, elementer av pop, rock, country og visesang. | Mumford & Sons - "I Will Wait" (2012) |
| Reggae | Folkemusikk fra Jamaica. Karibisk rytmepreg. | Nico D - "Jungelen" (2012) |
| Funk | Svært rytembasert, klar basslinje. | Treble'n Bass - "Jam Jam Jam" (1993) |
| Jazz | Spontanitet, improvisasjon og alternativ skalabruk. | Jamiroquai - "Feels Just Like It Should" (2005) |
| Punk | Subsjanger, linket til punkkulturen som oppstod på 1970-tallet. | Elastica - "Waking Up" (1995) |
| World | Utenom anglo-amerikansk tradisjon, ofte knyttet til folkemusikk fra utviklingsland. | Sacred Spirit - "Yeha-Noha" (1995) |
| Blues | R&B, jump blues, Chicago blues, blues rock. | |

Tabell 5: Oversikt over resten av sjangerspekteret

Som en kommentar til dette kan det tilføyes at også P3 har rangert låtene på spillelistene sine etter sjanger i nyere tid. I listene fra denne oppgavens utvalg av spillelister gjelder dette kun årene 2012 og 2013. Sjangerplasseringen til P3 ligger derimot på et mer generelt nivå og har derfor ikke blitt fullstendig kopiert. Band som John Olav Nilsen & Gjengen kategoriseres som rock på P3s lister, men har på grunn av denne oppgavens sjangerdefinisjoner falt i kategorien alternativ rock. Et annet eksempel er låten "She Wolf" av David Guetta som kategoriseres som elektro i P3s lister. Sjangerdefinisjonene i denne oppgaven gjør at låten på grunn av sine klare techno-trekk har blitt registrert i kategorien dance/trance. Røyksopp og Susanne Sundførs "Running To The Sea" ligger derimot i den samme kategorien både på P3s spillelister og i denne oppgavens registrering. Under registreringsprosessen ble låten plassert i kategorien elektro på grunn dens lavere tempo og nære slektskap med Røyksopps elektronika.

Et annet viktig aspekt ved denne oppgavens sjangerdefinisjoner er at også de i seg selv kan fortelle noe om hvordan P3s spillelister forholder seg til NRKs allmenkringkasteroppdrag.

Fordi NRK ikke skal preges av kommersiell innflytelse i for stor grad, kan det blant annet argumenteres for at kanalen bør ha god representasjon av sjangeren alternativ rock, som her representerer uetablerte artister. En høy andel rock vil derimot bety at kanalen preges av artister med økonomiske konkurransefortrinn, f.eks. i form av sterkere promoteringsbudsjett. Sjangrene indiepop og poprock representerer også noe mindre aktører i musikkbransjen, mens sjangeren pop i hovedsak representerer større utøvere, på linje med sjangeren rock. Dermed er det ikke kun sjangermangfoldet som er av betydning når en skal vurdere spillelistene i lys av NRKs allmennkringkasteroppdrag. Sjangrene i seg selv er også faktorer som vil tas i betraktning.

5.0 Spillelister gjennom 20 år

Denne delen av oppgaven vil presentere resultatene av den kvantitative analysen av P3s spillelister og analysere funnene i lys av allmennkringkasteroppdraget til NRK. Analysen er basert på de tidligere omtalte allmennkringkasterkriteriene. Som tidligere beskrevet har det blitt plukket ut fire punkter fra NRK-plakaten som er av interesse for analysen:

- Variabelen sjanger, som totalt utgjør 21 ulike kategorier, vil benyttes for å belyse allmennkringkasterkriteriet om sjangermessig bredde.
- Variabelen nasjonalitet, som utgjør syv kategorier, vil benyttes for å belyse allmennkringastingskriteriet om styrking av norsk språk, identitet og kultur.
- Variabelen kjønn vil være med på å belyse allmennkringkastingskriteriet om gjenspeiling av mangfoldet i befolkningen.
- Sammenligningen av P3s spillelister med VG-lista Topp 20 vil belyse hvordan spillelistene forholder seg til det å by på et ikke-kommersielt og alternativt tilbud, altså NRK-plakatens punkt nummer fem.
- I tillegg vil analysen vise hvordan spillelistene har utviklet seg med tanke på representasjonen av nyansene innen pop og rock, som ble redegjort for i forrige kapittel.

Det er ikke til å se bort fra at flere av allmennkringkasterkriteriene glir over i hverandre. Mangfold er f.eks. et begrep som lar seg belyse gjennom spillelistenes sjangervariasjon, representasjon av ulike nasjonaliteter og kjønnsfordeling. Dette gjør at begrepene også vil diskuteres noe om hverandre.

Alle figurene er i hovedsak presentert i prosenttall uten desimaler og avrundet til nærmeste hele prosent. Tabellen på neste side viser prosentgrunnlaget undersøkelsen er basert på (Østbye et al. 2013: 183). Det avklares også her at ordlyden “spillelistene totalt” eller “totalt på P3” henviser til P3s A, B og C-lister samlet sett, navngitt “Total P3” i tabellen over prosentgrunnlaget. En oversikt over antallet låter som har preget P3s A, B og C-lister i de ulike analyseperiodene vil også presenteres på neste side.

| Prosentgrunnlag | | | | | | | |
|-----------------|-------------|---------------------------------|---------|---------|----------|---------------------|--------------------|
| År | Antall uker | Antall låter totalt etter liste | | | | Antall låter totalt | |
| | | A-lista | B-lista | C-lista | VG-lista | Total P3 | Total med VG-lista |
| 1993+1994 | 24 | 583 | 594 | 350 | 241 | 1527 | 1768 |
| 1995 | 47 | 952 | 547 | X | 910 | 1499 | 2409 |
| 2002 | 48 | 974 | 1154 | X | 960 | 2128 | 3088 |
| 2005 | 47 | 598 | 826 | 505 | 940 | 1929 | 2869 |
| 2010 | 35 | 246 | 1161 | 290 | 700 | 1697 | 2397 |
| 2012+2013 | 27 | 248 | 1165 | 1451 | 540 | 2864 | 3404 |
| Alle år totalt | 228 | 3601 | 5447 | 2246 | 4291 | 11294 | 15585 |

Tabell 6: Oversikt over undersøkelsens prosentgrunnlag

| Antall låter på spillelistene pr. uke | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|------|-------|-------|-------|-----------|--|
| | 1993+1994 | 1995 | 2002 | 2005 | 2010 | 2012+2013 | |
| A-lista | 24-25 | 20 | 19-22 | 13 | 7 | 7-11 | |
| B-lista | 21-30 | 11 | 23-27 | 17-19 | 31-35 | 35-49 | |
| C-lista | 7-30 | X | X | 10-11 | 7-10 | 39-68 | |
| VG-lista | 10 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | |

Tabell 7: Oversikt over antallet låter på P3s A, B og C-lister etter år og perioder

5.1 Sjangermessig bredde og sjangerutvikling på P3s spillelister

De store taperne

Gjennom hele undersøkelsen er det sjangrene jazz, blues, punk, folk, country, world, reggae, funk og dubstep som er lavest representert på alle listene – inkludert VG-lista Topp 20.

Grunnene til dette kan være mange.

At sjangrene ikke er representert på VG-lista Topp 20 i særlig grad, kan først og fremst ses som et tegn på at sjangrene også representerer den musikken som selger minst i det kommersielle markedet. Det presiseres at denne undersøkelsen kun er basert på VG-listas singelliste, altså enkeltspor og ikke album. Tolket deretter, kan det ikke stadfestes at sjangrene ikke er kommersielle, eller at de ikke selger i det norske musikkmarkedet.

Den lave representasjonen av f.eks. jazz kan også være et tegn på at det ikke er etablert en like sterk tradisjon for promotering av enkeltlåter innen sjangeren. I pop-sjangeren har det lenge vært tradisjon for å skape hitlåter, noe som også gjenspeiles på *Norges offisielle hitliste*, som VG-lista Topp 20 kaller den selv.

En annen mulig grunn til den lave representasjonen av de ovennevnte sjangrene kan ha sammenheng med musikksgangrenes stadige utvikling. Sjangeren punk har f.eks. ikke den samme rollen i dag som den hadde på sitt tidlige stadium på 1970 og 80-tallet. Musikk er ikke statisk, musikksgangre og deres popularitet forandrer seg hele tiden.

Gripsrud, Hovden & Moes undersøkelse av studenter i Bergen sin musikksmak over tid er en interessant studie i denne forbindelsen. Undersøkelsen tar for seg studenters musikksmak i 1998 og 2008, et tidsintervall som ikke er så ulikt fra denne oppgavens utvalg.

[...] we also see a major decline in interest for the musical genres that are the oldest and/or traditionally most legitimate (baroque, opera, jazz) and a rise in popularity for a number of other genres. Some of these were in 1998 linked to low-class audiences (country), some to the higher classes (rap). Also, the decline in interest for Irish folk music is very marked, perhaps indicating a broader move away from a taste for the rustic and rural (Gripsrud et.al 2011: 521).

Her ser vi også at interessen for det Griprud et.al (2011) kaller eldre/tradisjonelle sjangrer har gått ned siden 1998. Det er et interessant aspekt fordi funnet reflekteres også i P3s spillelister.

Populariteten til ulike sjangre er i stadig endring. Ulike generasjoner har ulike typer smak og forholder seg til forskjellige kulturelle trender. Hvem som skaper trendene er et annet omfattende spørsmål. I dette tilfellet vil det derimot være mer relevant å spørre hvorvidt det er P3s oppgave å representere mindre populære sjangrer på sine spillelister. Er det en del av P3s oppgave å opplyse ungdom om f.eks. blues, jazz og country?

Hvor bred skal bredden være?

I allmennkringkastingsrapporten fra 1998 påpekes det blant annet at P3 ikke reflekterer det "faktiske mangfoldet i ungdoms musikksmak og musikkaktiviteter".

Allmennkringkastingsrådet mente den gang at både jazz, klassisk og andre sjangrer kunne få mer plass på kanalen, ikke minst på kveldstid (Allmennkringkastingsrådet 1998: 35).

I rapporten fra 1999 kan det derimot se ut til at Rådet forandret noe på den kritikken. Her kan en blant annet lese at P3s musikkprofil gir inntrykk av en god bredde med tanke på den målgruppen den er rettet mot (Allmennkringkastingsrådet 1999: 25-26).

Dette året leverte P3 en noe grundigere sjangeroversikt enn tidligere, men fremdeles var ikke sjangrer som jazz eller klassisk representert. I allmennkringkastingsrapporten fra 2003 kan en lese:

Den høye musikkandelen i Petre stiller krav til et mangfoldig musikktilbud til målgruppen. Den genremessige fordelingen av musikktilbudet viser en konsentrasjon omkring genren ”Pop/rock” med 45 prosent. Rådet vil fastholde at en allmennkringkastingskanal for ungdom bør ha en rimelig representasjon bl.a. av klassisk musikk (Allmennkringkastingsrådet 2003: 65).

Allmennkringkastingsrapporten fra 2006 fastslår at NRKs tre radiokanaler P1, P2 og P3 har god bredde og variasjon i sitt programtilbud *totalt*, men at det *samlede* musikktilbudet, som er dominert av pop og rock, svekker den sjangermessige bredden i radiotilbudet (Allmennkringkastingsrådet 2006: 155).

På bakgrunn av den tidligere nevnte debatten om NRKs sjangermessige bredde kunne vurderes ut fra NRKs totale tilbud eller ikke, kom det frem at det foreløpig ikke kan det. Dette var som nevnt på grunn av spesialkanalenes manglende geografiske dekning i befolkningen.

Om en skal følge dette prinsippet kan det anses som kritikkverdig at P3s spillelister i hovedsak ikke tar hensyn til sjangrer som blues, jazz eller country. Kanalen skal representere mangfoldet i befolkningen, og det er nærliggende å tro at det også finnes unge mennesker som hører på både jazz og blues⁶. Basert på allmennkringkastingsrapportene, hvor sjangerbredde er et tema, kan det oppfattes som at det har vært et ønske om bredere musikkrepresentasjon i P3, men at dette ikke har blitt fulgt opp.

Spørsmålet om hvor bred bredden til P3 skal være er svært interessant. Hvor går grensen? Er det meningen at kanalen skal spille og liste all mulig musikk som ungdom hører på? Er det f.eks. en del av P3s ansvar å liste joik eller korpsmusikk? Sannsynligheten for at det finnes unge mennesker i Norge som foretrekker dette fremfor pop er nok tilstede. Det er viktig å poengtere at bredden i norsk musikkliv er enorm og at gjenspeilingen av hele denne, via én radiokanal, kan anses som et krevende prosjekt. Spørsmålet om hvorfor P3 ikke har valgt å liste de ovennevnte sjangrene – og om hvilke vurderinger som ligger bak listingen av artister, er svært interessant, men faller noe utenfor denne oppgavens kontekst.⁷

6 Her må det spesifiseres at P3 har hatt sendt jazz og blues-relaterte musikkprogram på kveldstid, altså utenom den formaterte sendetiden (Knutsen 2000: 44).

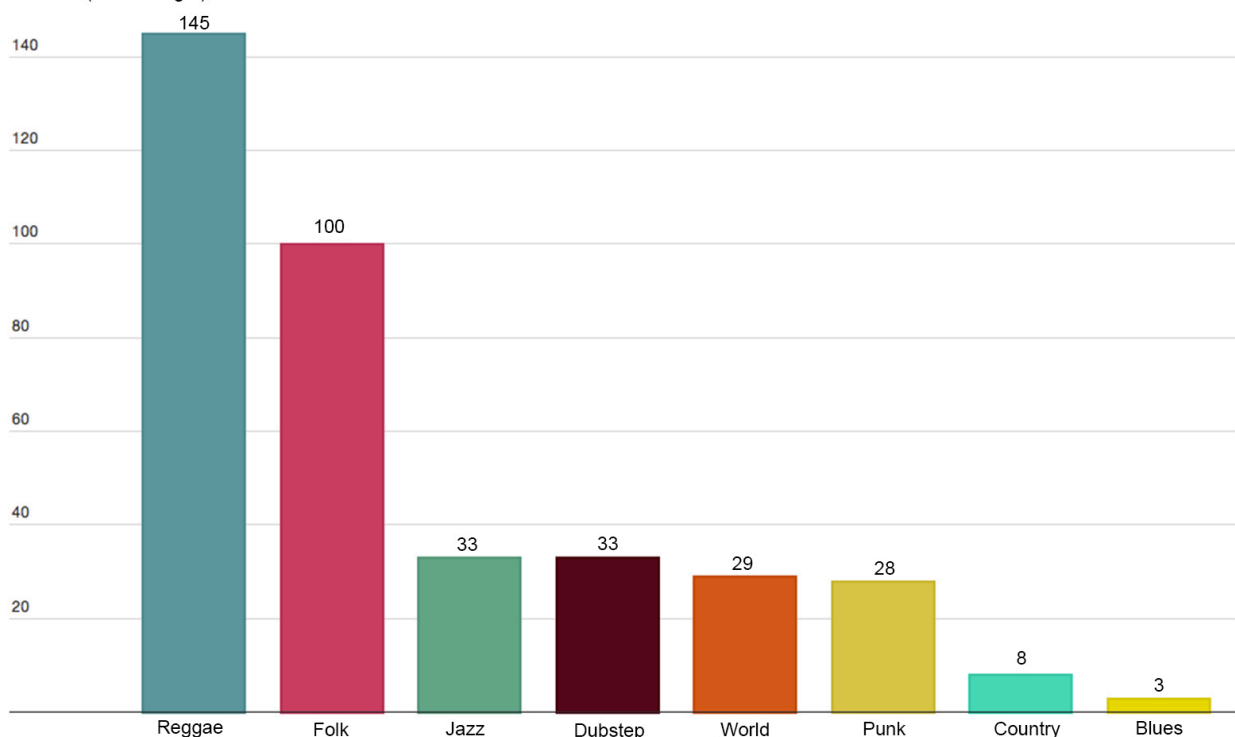
7 Det er mulig å lese mer om musikkpolitikken til P3 i Knutsen (2000) og Schultz (2005).

Helt fra oppstarten av P3 i 1993 ble det klargjort at kanalen skulle spille mye musikk. Det ble heller ikke lagt skjul på at store deler av denne skulle bestå av pop og rock. NRK skulle dekke et behov de ikke hadde dekket tidligere, noe som blant annet medførte at den nye kanalen skulle spille ny populærmusikk. I 1993 var det nyskapende at en norsk allmennkringkastingskanal skulle spille så mye pop og rock på radio. I 2013 anses nok ikke den høye frekvensen av pop og rock som like innovativt. Kommersielle radiokanaler gjør allerede dette i stor grad, noe som gjør at kravet om bredde i P3 muligens har endret seg noe underveis.

Ut fra ovennevnte refleksjoner kan den sjangermessige bredden på P3s spillelister vurderes på to måter. Den ene måten forutsetter at en sier seg enig i Allmennkringkastingsrådets tidligere kritikk, om at P3 gjerne kunne hatt en bredere representasjon av musikkjangre på kanalen. Det innebærer at en også mener at det er P3s oppgave å være en musikkformidler innen de aller fleste musikkfelt, og at kanalen har et ansvar for å representere et så stort sjangerspekter som mulig. På bakgrunn av denne innstillingen, kan en si at P3 ikke gjør en god jobb på området spillelistemessig. Figuren under viser at sjangrene jazz, blues og klassisk nærmest er ikke-eksisterende på spillelistene til P3, i alle de målte periodene.

Antallet låter på P3s spillelister samlet sett (A, B og C-lista) fordelt etter sjanger

n=11 294 (hele utvalget)



Figur 2: Oversikt over de minst representerte sjangrene på spillelistene til P3

Med alle de registrerte låtene i betraktning, et antall på 11 294, har 145 av disse blitt registrert som reggae, 100 som folk, 33 som jazz, 33 som dubstep, 29 som world, 28 som punk, 8 som country og 3 som blues.

Den andre måten å vurdere spillelistenes bredde på er å ta utgangspunkt i at P3 er en kanal med hovedfokus på pop og rock, og akseptere at det også er denne musikken kanalen skal formidle. Også innenfor populærmusikkfeltet finnes det mange nyanser, som igjen kan illustrere nye former for bredde.

Populærmusikkens nyanser

Gjennom de tidligere presenterte sjangerdefinisjonene har det blitt forsøkt å trekke ytterligere skiller mellom sjangrene som dominerer musikken på spillelistene til P3. Låter fra spillelistene til P3 har blitt plassert i forskjellige sjangrer, basert på at låtene og artistene oppfyller ulike sjangerkriterier. Som beskrevet i oppgavens teoridel er ikke kriteriene kun basert på låtenes akkompagnement og sjangerplassering i tradisjonell forstand, det har også f.eks. blitt tatt hensyn til artistenes størrelse.

Dette har resultert i at etablerte band ikke vil falle inn under samme sjanger som f.eks. mindre kjente Urørt-band. Sjangerkategoriene i denne oppgaven kan fortelle oss noe om hvilken type artister og låter som har vært listet på P3 i de ulike målte periodene.

Kategoriene alternativ rock, rock, pop, poprock og indierock beskriver artistenes ståsted i det kommersielle musikkmarkedet. Slik bringes en ny diskusjon på banen: finnes det sjangrer innen populærmusikken som er mer i tråd med NRKs allmennkringkasteroppdrag enn andre?

Det forventes at NRK har et tilbud som skiller seg fra de kommersielle aktørene i det norske mediemarkedet. Kringkasteren skal reflektere bredden i befolkningen og være en kilde til innsikt. Det stilles strengere krav til NRK på grunn av den tidligere omtalte public service-tankegangen og selskapets særegne stilling i mediebransjen. I overført betydning kan det i denne sammenhengen bety at NRK har et større ansvar når det kommer til å spille mindre artister, og vise til et større spekter av disse, enn de kommersielle radiokanalene. NRK P3 kan ikke kun basere spillelistene sine på salgstall. Musikk som selger godt reflekterer ikke nødvendigvis bredden i norsk musikkliv. Allmennkringkasteren har forpliktelser når det kommer til å spille musikken som ikke selger nok til at den havner på salgslistene.

Det kan i denne sammenhengen tolkes som at P3 f.eks. bør liste en annen type pop og rock enn de kommersielle radiokanalene, fordi en slik listing vil være med på å skille P3 fra kommersielle aktører og vise et mangfold som ikke er basert på salgstall. Forholdet mellom P3s spillelister og kommersiell musikk er noe som vil bli belyst senere i oppgaven. Det som bør belyses her er at P3s listing av mindre, uetablerte artister kan ses på som god praksis i forbindelse med kanalens allmennkringkasteroppdrag.

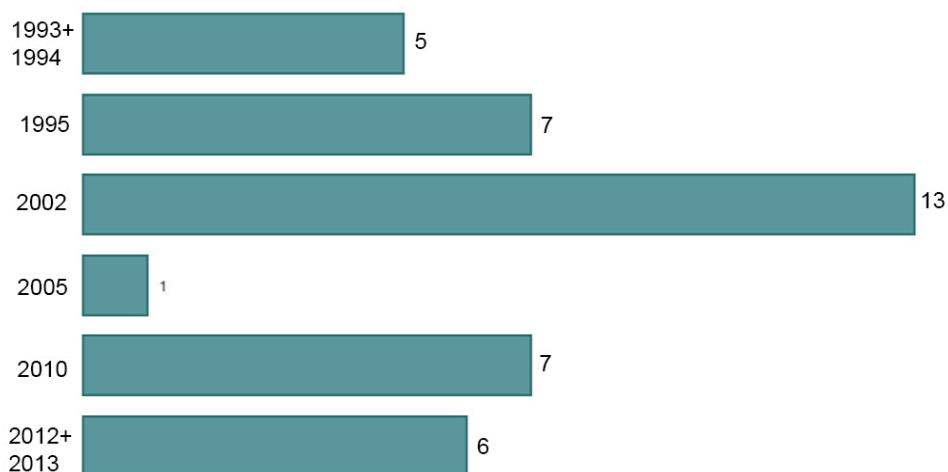
Uetablerte artister på spillelistene til P3

Alternativ rock er den sterkeste representanten for den uetablerte musikken som listes på P3. Basert på de ovennevnte betraktningene rundt dette, kan det argumenteres for at jo høyere prosentandel sjangeren har på spillelistene, jo bedre ivaretar P3s sin rolle når det kommer til å gjenspeile et alternativt og ikke-kommersielt mangfold spillelistemessig. Figuren under illustrerer sjangerens forekomst på spillelistene til P3 i de målte periodene. Figuren, som her er basert på alle spillelistene, kan gi oss et bilde av i hvilken grad uetablerte artister har preget kanalens spillelister.

Som figuren under viser er sjangeren alternativ rock representert i ulik grad gjennom alle de målte periodene. Det er spesielt to perioder som skiller seg ut i statistikken: årene 2002 og 2005.

Alternativ rock på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



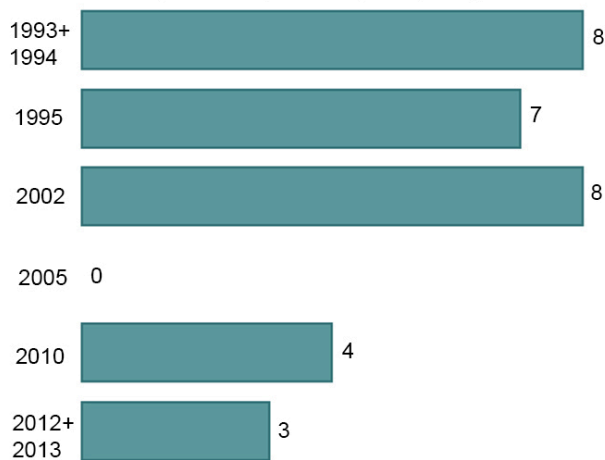
Figur 3: Alternativ rock på P3s spillelister samlet sett

Oppgaven vil komme tilbake til dette, først vil det redegjøres for hvordan sjangerens utvikling har vært på de ulike A, B og C-listene.

En sjangers prosentandel på de ulike A, B og C-listene er et interessant forhold å ta med i redegjørelsen. Først og fremst kan det fortelle oss om det er noen sjangrer som blir hyppigere A-listet enn andre. I forbindelse med den tidligere omtalte rotasjonspraksisen kan det gi et bilde av hvilke sjangrer som blir spilt hyppigst. Momentet er viktig å ha i bakhodet, for selv om sjangervariasjonen på listene totalt kan være bred er ikke det ensbetydende med at alle låtene på listene spilles like mye. Det presiseres likevel at oppgaven ikke er basert på *antallet* ganger en låt ble spilt på P3 i de målte periodene. Det er likevel rimelig å anta at en låt fra A-lista blir spilt hyppigere enn en låt fra kanalens B- eller C-liste. En må fremdeles ta forbehold om at kanalens rotasjonspraksis og antallet låter spillelistene består av har endret seg gjennom kanalens historie. Statistikken viser dermed ikke nødvendigvis musikken og sjangerene som har vært *spilt* mest på P3, men musikken og sjangerene som ble hyppigst *listet* det året.

Alternativ rock på A-lista til P3

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



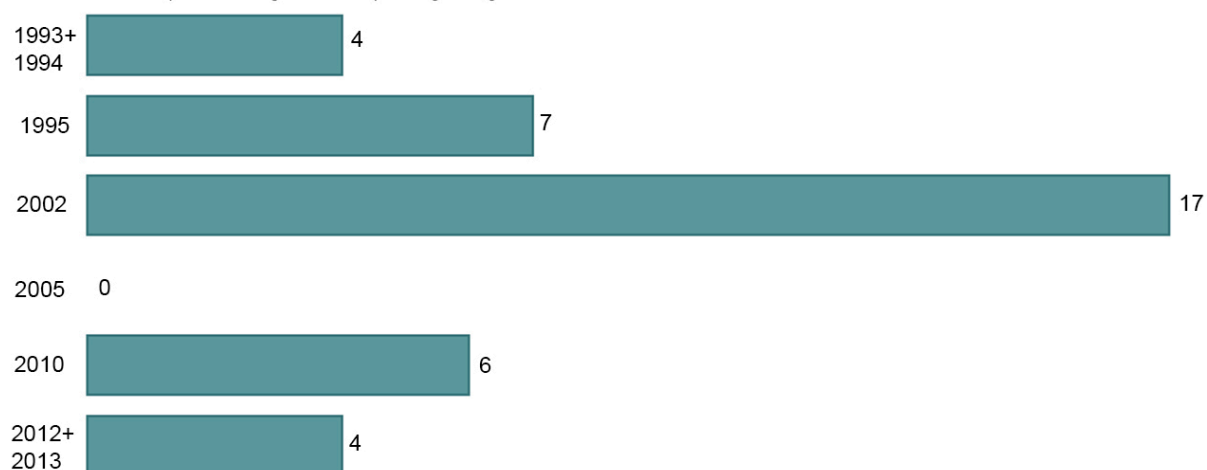
Figur 4: Alternativ rock på A-lista

Alternativ rock-sjangerens forekomst på spillelistene er noe som har endret seg fra periode til periode. I 1993/94 var det A-lista som hadde den høyeste prosentandelen alternativ rock på 8 %, sammenlignet med B-listas andel på 4 %. På C-lista for den samme perioden var den lavere og lå på 2 %.

I 2002 snur dette bildet. Dette året var det B-lista som hadde den høyeste andelen alternativ rock på 17 %, mens den på A-lista utgjorde 8 %. C-listene fra årene 1995 og 2002 er utilgjengelige, men i årene etter 2002 er det disse som har hatt den høyeste prosentandelen alternativ rock.

Alternativ rock på B-lista til P3

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 5: Alternativ rock på B-lista

Alternativ rock på C-lista til P3

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 6: Alternativ rock på C-lista

Det betyr at det er C-listene som har den høyeste andelen alternativ rock i nyere tid, noe som er en motsetning til det de hadde i P3s tidligste fase. Da var det A-lista som hadde den høyeste andelen alternativ rock. I de målte perioden fra 1993-2002 lå denne mellom 7 % og 8 % på A-lista.

Sjangerens forekomst på de ulike listene og i de ulike periodene kan ses i sammenheng med at P3s A, B og C-lister har hatt forskjellige funksjoner opp igjennom tiden. I følge nåværende musikksef i P3, Mats Borch Bugge, var f.eks. B-listene i 2002 mer utprøvende og alternative enn A-listene (Schultz 2005: 36). Knutsen (2000) peker på at P3s musikkpolitikk er noe som har endret seg underveis og at satsingen på alternativ musikk har variert i ulike perioder (Knutsen 2000: 47).

Det kan likevel tolkes som at alternativ rock har mindre rotasjon på kanalens spillelister i nyere tid ettersom den er mindre representert på A-lista og sterkest representert på C-lista.

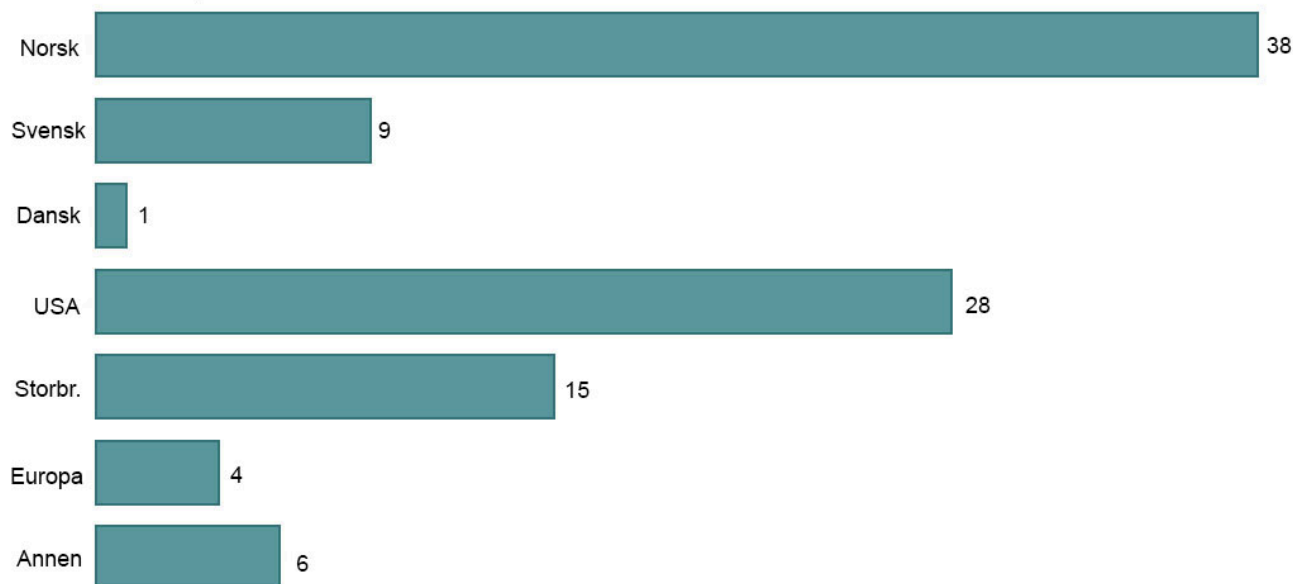
2002: Mer norsk og alternativ rock på P3

Som nevnt er det spesielt to år som skiller seg ut på alternativ rock-fronten om en ser på P3s spillelister totalt. Den sterkeste representasjonen i prosentandel finner man i året 2002, mens den svakeste ligger i perioden etter: året 2005. Dette kan ha mange forklaringer.

Et interessant aspekt er at perioden 2002, sammenlignet med de andre målte periodene, også er den perioden hvor prosentandelen norske artister på spillelistene til P3 øker.

Artistenes nasjonalitet på P3 totalt, 2002

Avrundet til nærmeste prosent. n=2128



Figur 7: Artistenes nasjonalitet på P3s spillelister totalt sett i 2002

Fra å ligge på 17 % i 1995 lå andelen norske artister på 38 % på A, B og C-listene totalt sett i 2002. 28 % av artistene på spillelistene var fra USA, mens 15 % var fra Storbritannia.

Dette året var det B-listene som hadde den høyeste prosentandelen norske artister, her lå andelen på 41 %. Til sammenligning lå den på 34 % på A-listene.

Den markante prosentandelen norske artister på kanalen i denne perioden kan forklares av flere årsaker. Det var på denne tiden kanalen startet opp med sin Urørt-satsing, et prosjekt som allerede i 1999 oppfordret norske artister til å sende inn demoene sine til kanalen. Fokuset på å fronte norske, uetablerte artister ble også større da P3 lanserte Urørt-nettsiden i 2000. Norske band og artister, som måtte sende inn demoer i fysisk format den gang, fikk muligheten til å bli spilt på radio og bli omtalt på landsdekkende nivå. På denne tiden fikk kanalen rundt 700 demoer fra usignerte artister fra hele Norge (Istad 2008: 42).

I 2001 ble Marius Lillelien ny kanalsjef i P3. I forbindelse med den nye stillingen uttalte han at han ønsket å gi norsk musikk en sterkere selvtilit. Han hadde også ambisjoner om å skape større bredde og variasjon i kanalen. Parallelt med satsingen på Urørt-konseptet utvidet også kanalen sin rolle i Bylarm-samarbeidet, en festival med fokus på norske uetablerte band og artister (Istad 2008: 48-49).

P3s satsing på norsk musikk er også noe Allmennkringkastingsrådet bemerket. I allmennkringkastingsrapporten fra 2002 trekker Rådet frem nettopp Urørt som en viktig faktor i kanalens rolle som musikkformidler. Rådet påpekte at Urørt var en positiv satsing fra P3s side fordi kanalen i større grad fikk reflektert bredden i norsk musikkliv. Når det kom til musikk sjangrenes mangfold mente Rådet at det fremdeles var rom for større bredde i kanalen (Allmennkringkastingsrådet 2002: 30).

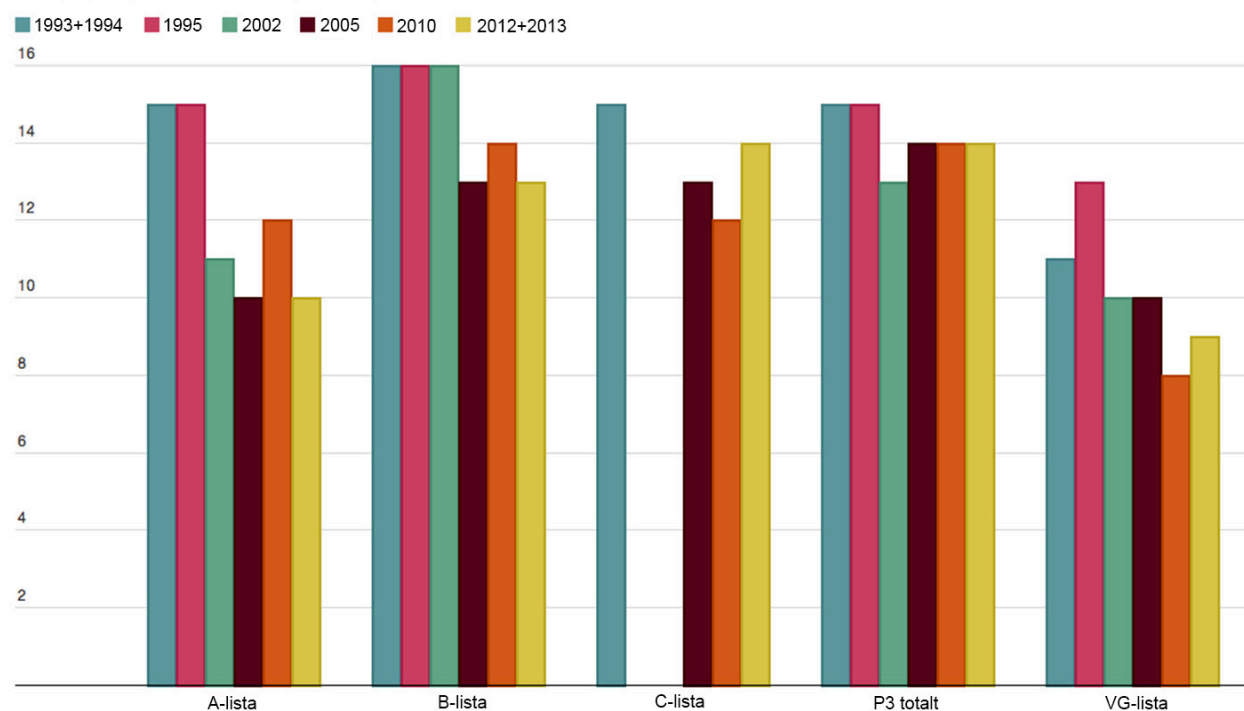
Færrest sjangrer representert på A-lista

Selv om norske artister og sjangeren alternativ rock preget spillelistene i stor grad i 2002 var det andre ting som minket. Året 2002 viser den laveste representasjonen av sjangrer på P3s A, B og C-lister samlet sett. Sjangerrepresentasjon refererer her til antallet sjangrer som er representert på spillelistene til P3 i de ulike periodene.

Figuren på neste side viser at antallet sjangrer som preget P3s A, B og C-lister gikk ned i 2002. I 1993/94 og i 1995 var 15 sjangrer representert på spillelistene. I 2002 var antallet 11. Sjangerrepresentasjonen på B-lista var stabil i perioden 1993-2002, her var 16 av 21 sjangrer representert. På A-lista gikk sjangerrepresentasjonen derimot ned, fra 15 til 11 i årene 1995-2002.

Oversikt over sjangerrepresentasjon

Antall sjangrer representert av en total på 21 mulige.



Figur 8: Oversikt over sjangerrepresentasjon i antall etter liste

Figuren over viser at sjangerrepresentasjonen har hatt en annerledes utvikling på A-lista enn på de andre spillelistene. A-lista har hatt den laveste sjangerrepresentasjonen siden 1995 blant P3s spillelister i de målte periodene. I 1993/94 var 15 av 21 sjangrer representert på A-lista, i 2012/2013 var 10 av 21 sjangrer representert. Reduksjonen kan ses i forbindelse med at A-lista har bestått av færre låter i nyere tid. B-lista viser en lignende utvikling, også her har sjangerrepresentasjonen gått ned siden 2002.

Selv om antallet sjangrer som preger P3s A og B-lister har gått ned siden 1995 kan sjangerrepresentasjonen på P3s A, B og C-lister samlet sett anses som stabil. Med unntak av året 2002 har listene sett i sin helhet representert mellom 14-15 sjangrer av 21 mulige i alle de målte periodene. Dette henger antageligvis sammen med at listene preges av ulike sjangrer, noe som gjør at sjangerrepresentasjon blir større om en ser på listene samlet sett.

Sammenligner en sjangerrepresentasjonen på P3s spillelister med VG-lista Topp 20 ser en at P3 har listet flere typer sjangrer enn de som har havnet på VG-lista Topp 20. Det kan tolkes som at P3 reflekterer et bredere sjangermangfold enn det som gjenspeiles på salgslistene, noe som kan anses som positivt i forbindelse med kanalens allmennkringkasteroppdrag.

Nye sjangrer kommer til

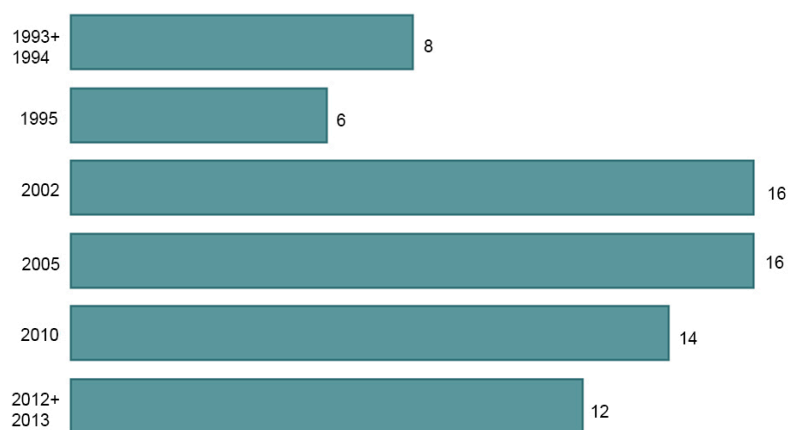
Oppgaven har vist at året 2002 skiller seg ut når det kommer til den høye prosentandelen alternativ rock og representasjonen av norske artister på spillelistene til P3. Året skiller seg også ut med tanke på spillelistenes representasjon av antall sjangre, som er lavere i 2002 enn i de andre målte periodene.

Mye kan ha skjedd i årene mellom de analyserte årene 1995 og 2002, men det som kan leses fra analysen av spillelistene til P3 er en klar nedgang i dance-sjangeren og en markant økning av hip hop-sjangerens prosentandel.

Som en kan se ut fra figuren under økte hip hop-sjangerens prosentandel på spillelistene til P3 etter 1995. I 1995 lå andelen hip hop på 6 % , mens den i 2002 utgjorde 16 %.

Rap/hip hop på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 9: Rap/hip hop på spillelistene til P3

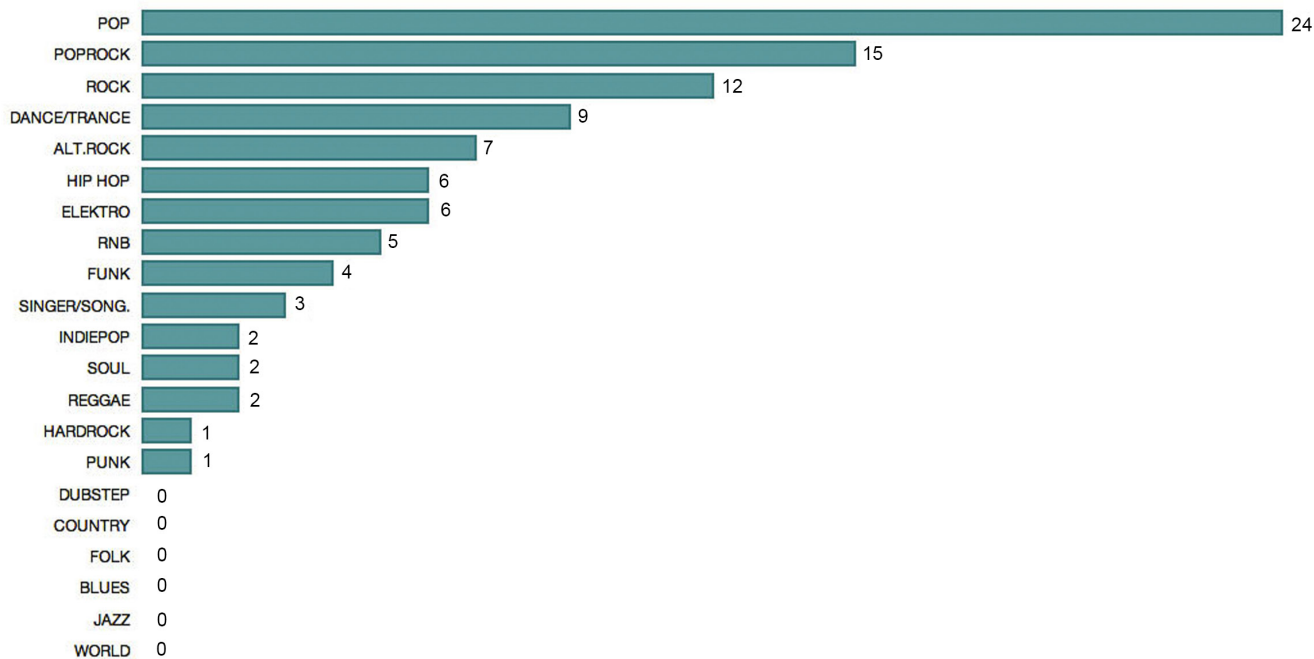
Utviklingen kan ses i sammenheng med hip hop-sjangerens stadig voksende popularitet som ekspanderte gjennom store deler av 1990-tallet. Mye skjedde også på den norske hip hop-fronten mellom årene 1995 og 2002. Perioden 2000/2001 omtales som *den norske rapbølgen*, og var preget av artister som Apollo, Tungtvann og Klovner i Kamp (Aahlin 2012).

Spillelistene fra 2002 markerer en endring i prosentandelen til sjangrer som rock, poprock, dance, hardrock, rock og indiepop. Mens sjangrer som hardrock, alternativ rock og indiepop opplever en økning i prosentandel, faller prosentandelen til sjangrer som dance, poprock og rock. Dette vises i figur 11 og 12 på neste side.

Ved sammenligning av periodene 1995 (figur 10) og 2002 (figur 11) vises en reduksjon i den prosentvise representasjonen til dance/trance fra 9 % i 1995 til 1 % i 2002. Andelen poprock går fra 15 % i 1995 til 10 % i 2002. Andelen poprock går fra 15 % i 1995 til 10 % i 2002. Funk går ned fra 4 % til 0 % og rock går ned fra 12 % til 6 %.

Sjangerfordelingen på P3 totalt, 1995

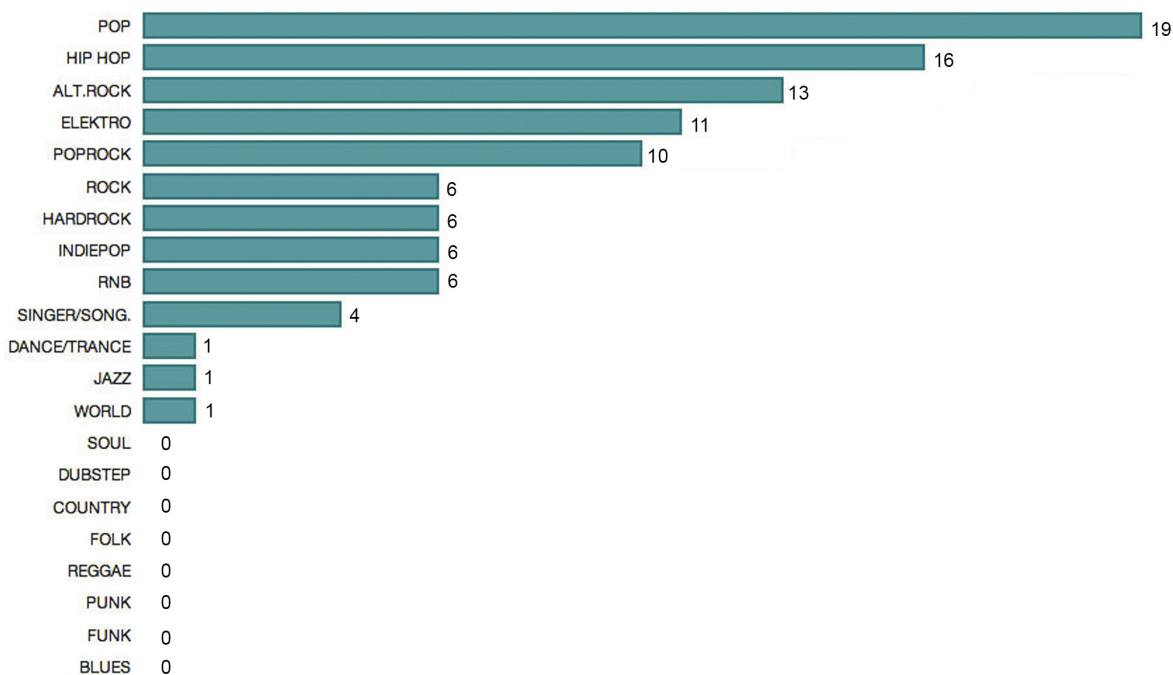
Avrundet til nærmeste prosent. n=1499



Figur 10: Sjangerfordelingen på P3s spillelister i 1995

Sjangerfordelingen på P3 totalt, 2002

Avrundet til nærmeste prosent. n=2128



Figur 11: Sjangerfordelingen på P3s spillelister i 2002

Det er interessant at tendensen også er gjeldene på VG-lista Topp 20 for flere av de nevnte sjangrene. Også her vokser prosentandelen hip hop fra perioden 1993/94 og 1995 til 2002.

Figurene under viser også en likhet når det kommer til prosentandelen rock, som gikk opp på VG-lista Topp 20 fra 14 % i 1993/94 til 17 % i 1995, og ned til 5 % i 2002. Rock-sjangeren på P3s spillelister preges også av økning og nedgang i de samme periodene. Fra å ligge på 11 % i 1993/94 og 15 % i 1995, går andelen rock ned til 6 % i 2002.

Rock på VG-lista Topp 20

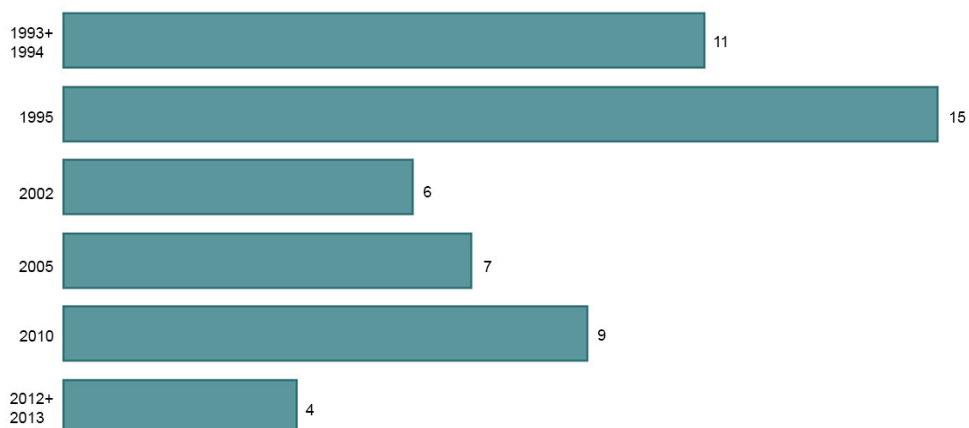
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for produsentgrunnlag.



Figur 12: Rock på VG-lista Topp 20

Rock på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for produsentgrunnlag.

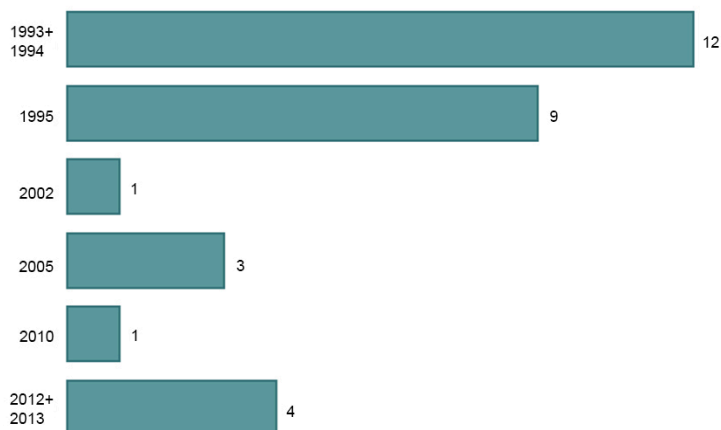


Figur 13: Rock på P3s spillelister

Som nevnt gjelder slike tendenser for flere av sjangerkategoriene. Nedgangen i dance-sjangerens prosentandel fra årene 1993/94 til 2002 er tydelig på P3s spillelister og på VG-lista Topp 20.

Dance/trance på P3 totalt

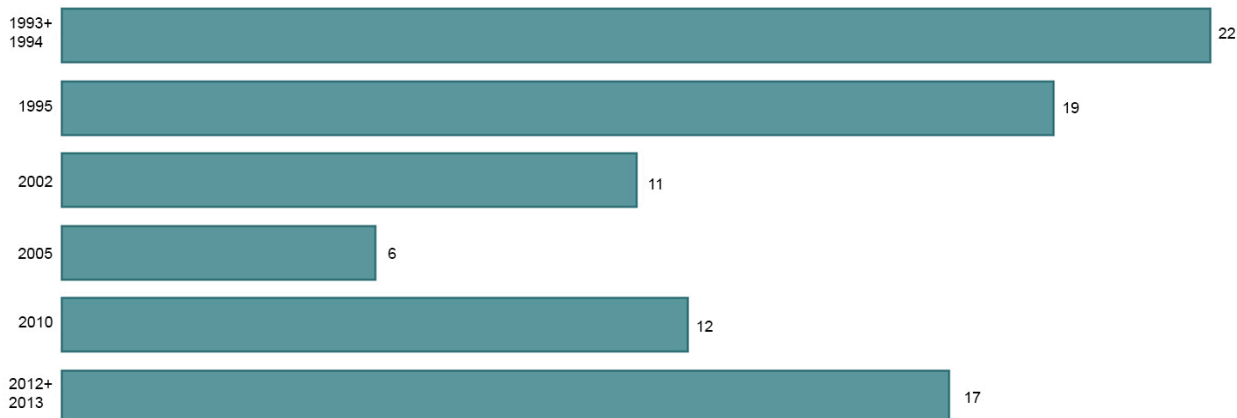
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 14: Dance/trance på P3s spillelister

Dance/trance på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 15: Dance/trance på VG-lista Topp 20

Slike tendenser kan forklares med musikk sjangrenes varierende popularitet til enhver tid. Forandringen i hvilke sjangrer som preger listene kan tyde på at sjangrer som rock og dance var mer populære på 1990-tallet enn det de var utover 2000-tallet. Om en studerer figurene over kan det likevel se ut som dance-sjangeren er noe på vei tilbake både på VG-lista Topp 20 og på P3s spillelister. Utviklingen er mest tydelig på VG-lista, hvor man kan se en nokså tydelig vekst etter 2005. Denne er noe mindre synlig på P3s spillelister, men også her ser dance-sjangeren ut til å øke fra perioden 2010 til 2012/13.

Tendensen kan også tolkes som at P3 gjenspeiler og følger sjangertrender. VG-lista viser oversikten over den nye musikken folk kjøper og lytter mest på. Som musikkformidler kan det anses som naturlig at P3 også gjenspeiler denne. Knutsen (2000) påpeker likevel at kanalen har hatt som mål å være trendsettende og innovativ, og ikke trendbekreftende (Knutsen 2000: 33, 47).

Sammenligningen av P3s spillelister med VG-lista Topp 20 har hittil ikke vist hvem som har påvirket hvem, om det var P3 som “breaket” låter inn på VG-lista Topp 20 eller om kanalen adopterte låter fra VG-lista inn på sine spillelister. Figurene viser ikke at låtene på spillelistene var de samme, men at sjangrene har hatt en lignende utvikling både på VG-lista og på P3s spillelister. Listenes påvirkning på hverandre er noe oppgaven vil komme tilbake til. Hittil har undersøkelsen vist at både P3 og VG-lista Topp 20 har vært preget av en lignende sjangerutvikling på flere områder. Grovt oppsummert preger hip hopen P3s spillelister og VG-lista Topp 20 i større grad nå enn tidligere, mens sjangrene rock og poprock preger listene i mindre grad. Dance-sjangeren ser derimot ut til å være på vei tilbake.

Spillelistene til P3 skiller seg likevel fra VG-lista på flere områder sjangermessig. Sjangrer som indiepop, hardrock og alternativ rock, er nærmest ikke-eksisterende på VG-lista, men er representert på spillelistene til P3.

Indiepop på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 16: Indiepop på spillelistene til P3

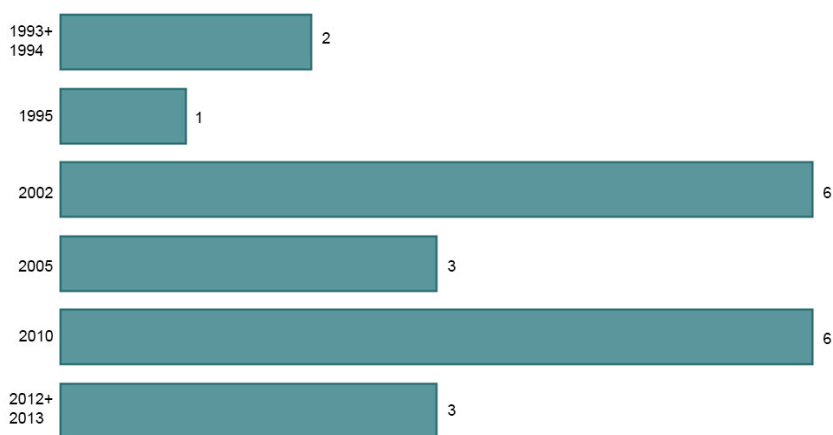
Som figuren over viser har representasjonen til indiepop økt på P3s spillelister. Fra å ligge på 2 % i de tidlige periodene 1993/94 og 1995 ligger andelen på 10 % i nyere tid. Prosentandelen som representerer indiepop er høyest på C-lista i årene 2005 (12 %) og 2010 (14 %).

I perioden 2012/13 var indiepop-representasjonen derimot høyest på A-lista med 11 %. Til sammenligning utgjorde sjangeren 3 % av låtene på VG-lista Topp 20 i perioden 2012/13.

Hardrock er også en sjanger som har vært representert i større grad på P3 enn på VG-lista Topp 20. Som en kan se i figur 17 har sjangeren hatt varierende listing i de ulike årene. Den har i det minste vært en del av spillelistene til P3. Sammenlignet med VG-lista Topp 20 har prosentandelen hardrock vært på 2 % på sitt høyeste.

Hardrock på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 17: Hardrock på spillelistene til P3

Om en overfører de ovennevnte funnene til hvilken type artister sjangrene kjennetegnes av kan det tolkes som at spillelistene til P3 i mindre grad preges av store rockeartister i nyere tid enn før. Til gjengjeld har prosentandelen indiepop – altså noe mindre artister gått opp. Det kan anses som positivt med tanke på P3s allmennkringkasteroppdrag fordi det viser at kanalen i større grad har rettet fokus mot musikk som ikke allerede dominerer musikklandskapet. Sjangeren alternativ rock har derimot gått ned siden 2002 om en ser på spillelistene til P3 totalt. Den er i nyere tid høyest på C-lista, men også her har den gått noe ned siden 2010.

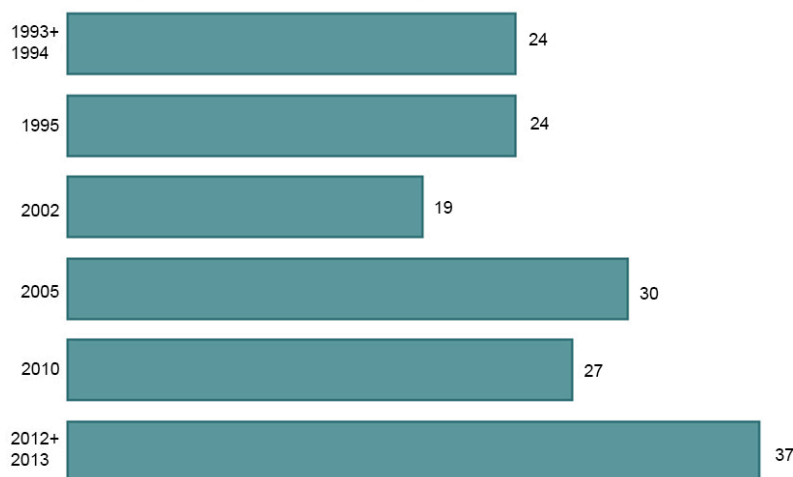
Den store vinneren

Som oppgaven har illustrert hittil er sjangrene på spillelistene til P3 variert representert på de ulike A, B og C-listene. Listefrekvensen til sjangre som hip hop og indiepop har økt, mens frekvensen til sjangeren rock har blitt redusert. Det er likevel noen sjangre som er sterkere representert på P3s spillelister i de fleste periodene.

At sjangeren pop dominerer de aller fleste listene er muligens ingen overraskelse ettersom sjangeren kan favne bredt. Pop listes gjennomsnittlig 25 % når man ser på alle de analyserte årene. Som tidligere nevnt i forbindelse med P3s listing av sjangeren alternativ rock var det to år som skilte seg ut i statistikken. Årene 2002 og 2005 skiller seg også ut i forbindelse med pop-sjangerens forekomst på P3s spillelister.

Pop på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 18: Pop på P3s spillelister

Figuren over viser at 2002 var perioden med minst pop listet på P3, mens året 2005 viser en av de høyeste prosentandelene. Det er ikke nødvendigvis en årsakssammenheng, men det er likevel interessant at året 2005 også hadde den laveste prosentandelen alternativ rock sammenlignet med de andre målte periodene. I 2002 lå andelen alternativ rock på 13 %, mens den i 2005 lå på 1 % på spillelistene totalt sett.

Det er vanskelig å peke på én konkret grunn til den høye prosentandelen til popsangeren i året 2005, men en interessant sak er at det i mellomtiden – altså mellom året 2002 og 2005, hersket en sterk debatt omkring P3s musikkformidling i media. I 2003 gjennomgikk kanalen en rekke endringer, blant annet skiftet den navn fra Petre til P3. Det ble stadfestet at kanalens publikum var i ferd med å bli for gamle og at det derfor måtte tas noen grep (NRKs årsrapport 2003: 39).

Musikkoppdragelse for kidsa

Håkon Moslet, tidligere musikk sjef i P3, jobbet i flere år med å fornye kanalens musikkprofil. Allerede da han begynte å jobbe for P3 i 2002 ble det igangsatt planer om å forandre og fornye P3s sendeplan.

Sammen med daværende kanalsjef, Marius Lillelien, ønsket han å gi P3 en mer lyttervennlig linje og skape en sterkere ungdommelig profil. På P3 skulle “kidsen få den musikken de liker”, samtidig som kanalen skulle være “en musikalsk oppdrager for dine kids”. Forandringene, som den gang blant annet innebar opprettelsen av 6 nye programmer på hverdager og 8 nye helgeprogram, skulle også medføre en større satsing på kanalens spillelister og program med formatert musikk (Ballade 2003).

Omleggingen førte til at programmer som “Karate”, “Kaliber”, “Junta” og “Holger Nielsens Metode” ble tatt av kanalens sendeskjema. Det ble også to av kanalens musikkformidlere gjennom flere år Marit Karlsen, kjent fra program som “Roxrevyen” og “Karlsens Kabin”, og Jan Tørresen, tidligere kjent under aliaset “DJ Dust”. Moslet uttalte den gang: “noen ganger må man miste de eldre for å få inn de yngre - gjorde vi ikke en del forandringer i den retningen av og til, ville vi ikke gjort jobben vår – som er å lage ungdomsradio” (Steen 2003). Til gjengjeld fikk program som “Pyro” utvidet sin sendetid og “Urørt”, som tidligere kun var et nettkonsept, ble et eget radioprogram (Nordal 2003).

Kritikken av “det nye Petre” lot ikke vente på seg. Moslet og Lillelien ble kritisert for at de utviklet kanalen i en kommersiell retning, fremfor å være et alternativ til andre kommersielle kanaler som Radio 1 og P4.

Den norske nettavisen Panorama var en av flere aktører som uttrykte sin skepsis og bekymring over kanalens nye programprofil. Daværende redaktør Paul Nordal, mente den gang at den enkle underholdningen ble prioritert i altfor stor grad, noe som gikk på bekostning av musikken. Nordal uttalte blant annet:

Det er utvilsomt en tankevekker at alle de interessante musikkprofilerte programmene kun er satt opp på kveldstid, altså når folk flest ikke hører på radio. Til sammenligning får alle programmer som er bygget på et mer kommersielt, folkelig og populært tilsnitt, boltre seg på dagtid (Nordal 2003).

Kommentaren til Nordal er ikke overdrevet. I årsrapporten til NRK fra 2004 kan en også lese: “NRK P3 er en bredt anlagt ungdomskanal fra kl. 6 til 18, mer av en kulturkanal for pop og rock på kvelds- og nattestid, der man også gir plass til smale nisjeprogram for dem som er over gjennomsnittet interessert i musikk” (NRKs årsrapport 2004).

Moslet og Lillelien forsvarte alle anklager ved å skrive et innlegg som ble offentliggjort på Ballade.no, en uavhengig norsk nettavis med norsk musikkliv som hovedfelt. I innlegget ønsket musikk og kanalsjefen å rydde opp i det de mente var mistolkninger av kanalens endringer. Moslet og Lillelien uttalte blant annet:

For Petre - som ikke er en nisjekanal - er det viktig å kombinere nybråttarbeid med å spille den musikken vi vet betyr mye for mange unge mennesker. De fleste Petre-lyttere er ikke musikkinteresserte i den forstand at de kunne vært hovedfiguren i Nick Hornbys "High Fidelity". Musikk er likevel lydsporet til hverdagen deres; i bilen, på vei hjem fra skolen, på fest. Petres oppdrag er å lage dette lydsporet. I Petre er det plass til både det populære og det innovative. Det er det som gjør Petre til en allmenkringkaster. Dette kan være tungt å svelge for kultursnobber som setter likhetstegn mellom populær kultur og degenerert kultur. Lik det eller hat det, men hos oss er ikke pop - som i populær - noe suspekt (Moslet & Lillelien 2003).

I 2005 ble det igjen debatt rundt kanalens prioriteringer, den gang mente blant annet plateprodusent og programleder, Christer Falck, at P3 gjorde det vanskeligere for ildsjelene og de smalere aktørene i norsk musikkliv. I Dagbladet stod han frem som en av de krasseste kritikerne av Moslet under tittelen "Christer Falck skjeller ut Moslet". Falck uttalte: "Det blir så feigt. De følger hele tida publikummet sitt, og tør aldri å styre dagsorden. De må ikke være redde for å spille musikk som utfordrer folk av og til. Man må velge å tro på at god musikk ikke skader noen" (Thorkildsen 2005). Moslet møtte kritikken med å si at det ikke var P3s jobb å ivareta norske plateselskap sine interesser, men å gi lytterne det de vil ha.

Tidligere redaksjonssjef, nå redaktør i NRK P3, Tone Donald, skrev også et innlegg på Ballade.no. Der presenterte hun sitt syn i debatten:

Det som er vår sak, er at P3 skal være en bred ungdomskanal. Det skal også være en kanal som speiler bredden i norsk og internasjonal musikk. Det er "pose og sekk"-balansegangen som kanskje er debattens kjerne? For fakta er at vi kan vise til mange smale programmer, vi kan vise til en særere a-liste enn våre kommersielle venner, vi har lyttertall vi er fornøyd med (Donald 2005).

Det kan med dette se ut til at P3 selv skiller mellom tilbudet kanalen har på dagtid og tilbudet på kveldstid. Kanalen virker klar over at det blir en del pop på spillelistene, noe den heller ikke anser som suspekt. Her viser P3 ofte til at andre musikkjangrer får mer oppmerksomhet på kveldstid og at den totale bredden på kanalen er god. Synsvinkelen er verdt å ta i betraktning, selv om denne analysen kun er basert på den formaterte musikken på P3.

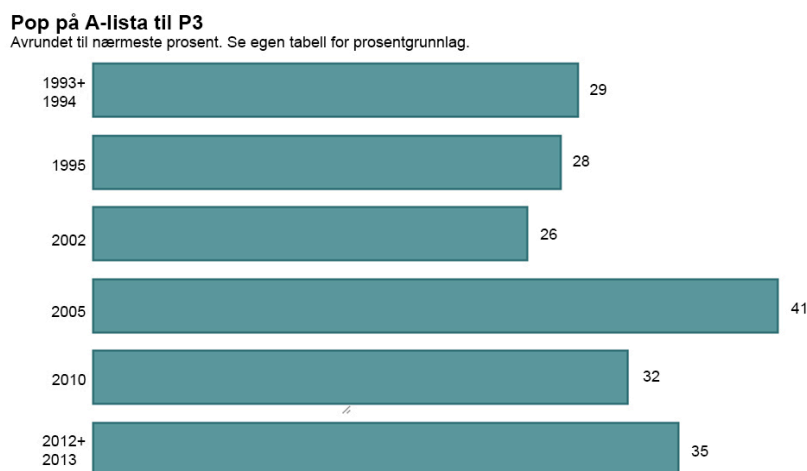
Musikk er en viktig del av mange menneskers identitet. Representasjonen av et bredt sjangerspekter i P3 er dermed viktig, ikke bare for å reflektere mangfoldet i seg selv, men også fordi unge lyttere identifiserer seg med ulike sjangrer.

Nærland (2013) har blant annet forsket på musikkpreferansene til ungdomspolitikere fra ulike politiske parti. Her viser han til at det finnes forskjeller i musikksmak ut fra de ulike partienes ideologi (Nærland 2013: 16). Han er ikke den første som drar koblingen mellom sjanger og ideologi. Riesman (1950) pekte tidlig på musikkens påvirkning og dens formidling av ulike verdier mot et ungt publikum (Riesman 1950: 7-8). Hall & Whannel (1964) snakker om ungdoms undervurderte kjøpekraft oppi det hele, og nevner blant annet viktigheten av å formidle symboler og verdier i musikken, som vil generere salg av produkt rettet mot unge (Hall & Whannel 1964: 29).

En bred representasjon av ulike sjangrer, også i spillelistene til P3, kan anses som viktig fordi det også vil kommunisere flere ulike verdier. Om sjangermangfoldet belyses i større grad utenfor radioens prime time er også sannsynligheten større for at færre lyttere vil få med seg dette. Et smalt sjangermangfold på spillelistene kan dermed føre til at noen verdier blir dyrket i større grad enn andre, og at få verdier blir presentert i kanalens prime time-flate.

Pop på de ulike listene

Ser en på hvordan pop-sjangeren preger de ulike listene i 2005 dominerer sjangeren A-lista (41 %) i sterkere grad enn både B- og C-lista. Den er i 2005 likevel spesielt høy på B-lista (36 %) sammenlignet med de andre årene.

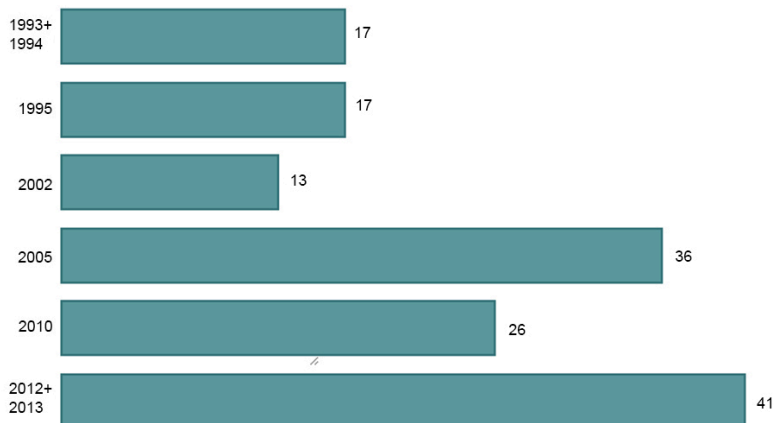


Figur 19: Pop på A-lista

Sjangerens prosentandel er høyest på A-lista i alle de analyserte periodene, bortsett fra i perioden 2012/13, hvor den er høyest på B-lista (41 %). Sjangeren ser også ut til å få mer plass på P3s C-lister i nyere tid. Figurene under illustrerer dette.

Pop på B-lista til P3

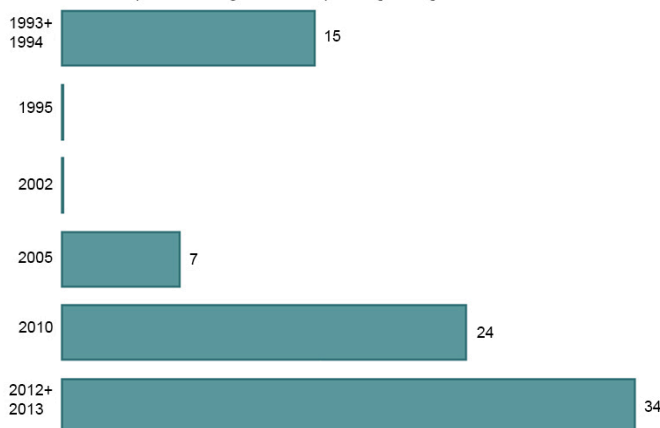
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 20: Pop på B-lista

Pop på C-lista til P3

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



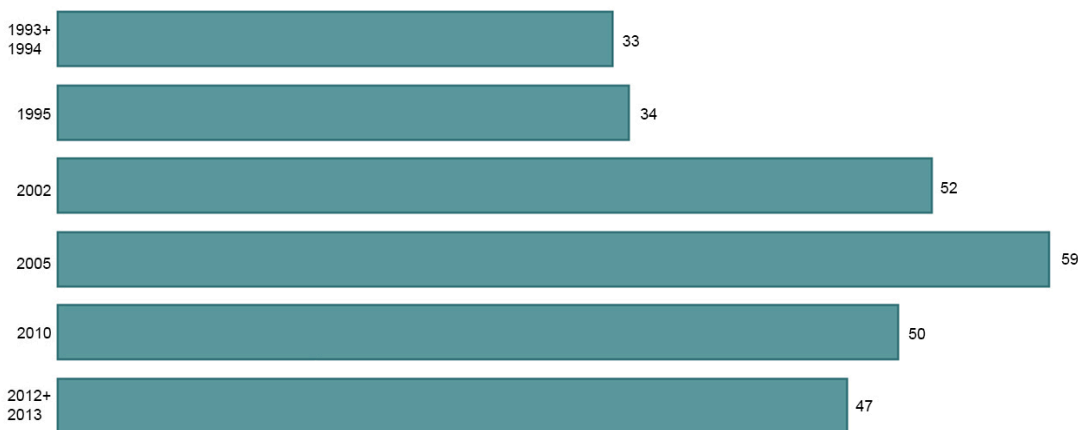
Figur 21: Pop på C-lista

Ser en på listene samlet sett har pop-sjangeren fått mer plass på kanalens spillelister i nyere tid enn den hadde i perioden 1993/94 til 2002. Omleggingen av P3 kan være en av grunnene til dette. En annen mulig forklaring kan være sjangerens utvikling. Som nevnt i forbindelse med omtalen av hip hop-sjangerens utvikling på spillelistene til P3, kan også pop-sjangeren ha opplevd en sterkere popularitet gjennom årene. Kanskje omfatter den flere artister i dag enn før, kanskje lages det til og med mer popmusikk i dag enn tidligere. Synet vårt på hva vi anså som pop i 1995 og hva vi anser som pop i 2012 kan også ha endret seg. Uavhengig av hvilke faktorer som ihensyntas er det ikke heldig om popens prosentandel går på bekostning av spillelistenes sjangermangfold.

Det kan likevel nevnes at pop-sjangerens prosentandel er lavere på P3s spillelister enn på VG-lista Topp 20. Her ligger sjangeren på nærmere 50 % i de analyserte periodene fra 2002 til 2012/13.

Pop på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



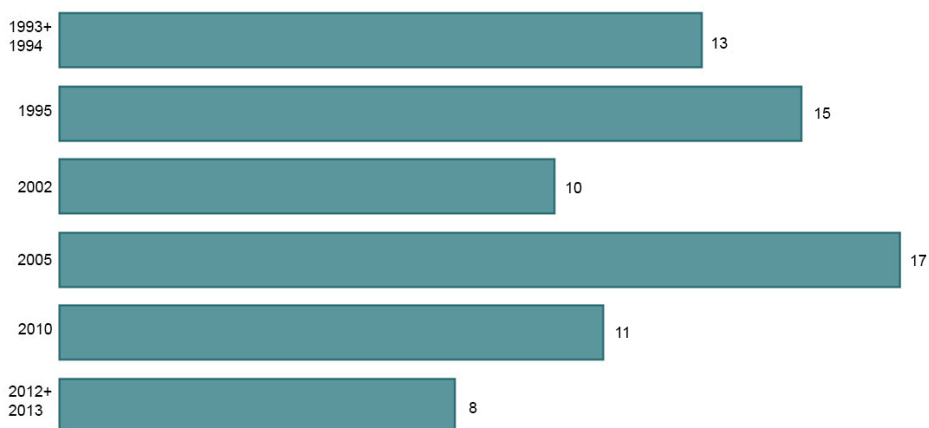
Figur 22: Pop på VG-lista Topp 20

Poprock og rock går tilbake – hip hop, indiepop og pop går frem

En annen sjanger som har preget store deler av P3s spillelister, i form av høy prosentandel, er sjangeren poprock. Også denne hadde sin høyeste prosentandel i året 2005, da lå andelen på 17 %.

Poprock på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 23: Poprock på P3s spillelister

Prosentandelen poprock listet på P3 har gått noe ned siden. I 2010 lå den på 11 % og i perioden 2012/13 utgjorde den 8 %. I takt med poprockens og rockens tilbakegang, har altså popen på P3 gått opp, hip hopen og indiepopen preger spillelistene til P3 i større grad i nyere tid enn før.

Som oppgaven har vært inne på tidligere betyr dette at P3s spillelister i større grad preges av mindre etablerte artister (indiepop) enn tidligere, og mindre av det oppgaven tidligere omtalte som rockens giganter, som var et av kriteriene for sjangeren rock. Andelen poprock, mellomstore artister som spiller poprock, har det blitt mindre av siden 2005.

5.2 Styrking av norsk språk, identitet og kultur

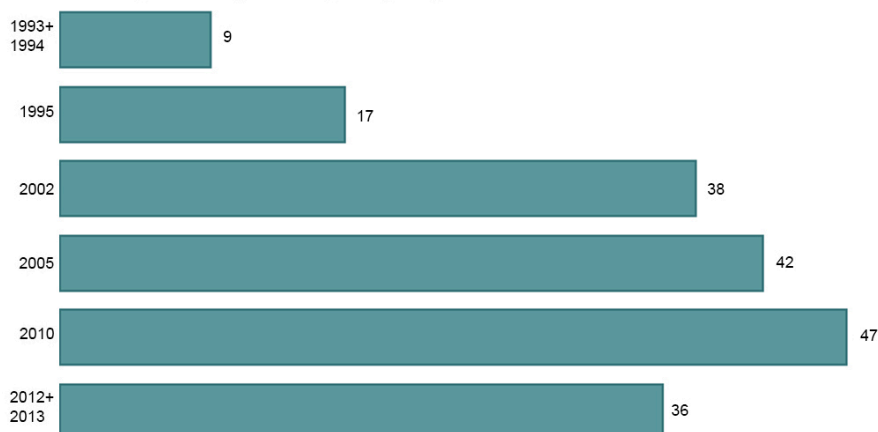
Spillelistenes norskandel kan fortelle om hvorvidt P3s spillelister gjenspeiler norsk musikkliv. Dette kan igjen ses i sammenheng med NRK-plakatens punkt 3: styrkingen av norsk språk, identitet og kultur. Som nevnt sier punktets underpunkt g. at minst 35 % av musikken som spilles på NRK skal være norsk. Norsk defineres som norskkomponert eller norskspråklig musikk. Punktet henger sammen med NRKs oppgave i å reflektere mangfoldet i Norge og vise variasjonen som finnes i kulturlivet. I tillegg til dette punktet skal NRK også bidra til økt kunnskap om internasjonale forhold. NRK-plakaten nevner ikke musikk spesielt i dette punktet, men tolket i denne sammenheng kan det også bety at spillelistene til P3 bør ha variasjon med hensyn til artistenes nasjonalitet også.

Norsk musikk i høysetet

I undersøkelsens registrering av norsk musikk på P3 har utøvernes nasjonalitet blitt registrert. Statistikken viser andelen låter fremført av norske utøvere. Låtene er dermed ikke nødvendigvis fremført på norsk.

Norsk musikk på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 24: Norsk musikk på P3s spillelister

Figuren på forrige side viser prosentandelen norske artister på spillelistene til P3 samlet sett, altså på både A, B og C-lista. Som figuren viser har P3 beveget seg i positiv retning med tanke på andelen norsk musikk. Oppgaven har allerede vist at andelen norske artister var høy på P3 i 2002, men her ser vi at den også har økt siden.

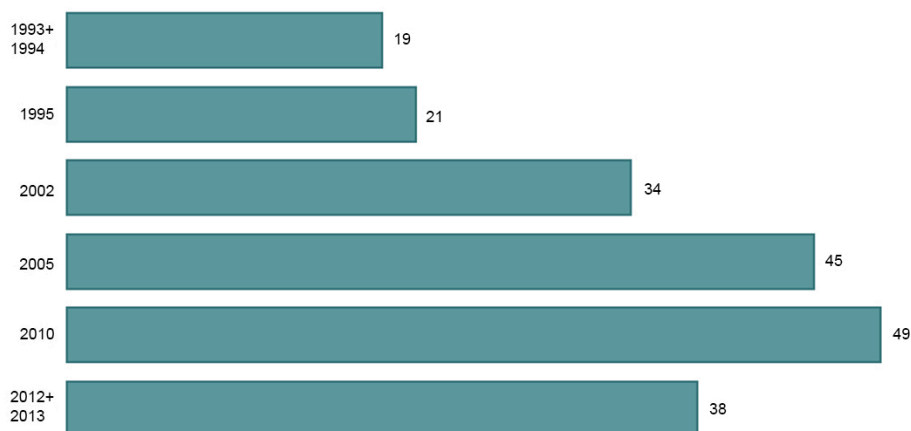
Norsk musikk har ikke vært like dominerende på P3s spillelister i alle de analyserte periodene. Perioden 1993/94 og 1995 viser at norskandelen lå på 9 % og 17 % i P3s tidlige dager. 1993/94 er også perioden med høyest prosentandel band og artister av anglo-amerikansk opprinnelse. Andelen norske artister er i dette tilfellet høyere på VG-lista Topp 20, hvor den ligger på 12 %. At P3 lister færre norske artister enn de som ligger på VG-Topp 20 er likevel uvanlig i undersøkelsens helhet.

Siden 1995 har andelen norske artister i hovedsak gått opp på spillelistene til P3, med et unntak av perioden 2012/13. I 2012/13 lå andelen norske artister på 36 %, noe som er en nedgang sammenlignet med perioden før, hvor den lå på 47 %. På tross av nedgangen fra 2010 har P3 fremdeles listet over 35 % norsk musikk i alle de målte periodene fra 2002 til 2012/13. Dette er som sagt NRKs overordnede mål, noe P3 også har klart å innfri i nyere tid.

Om man studerer hvordan andelen norsk musikk fordeler seg over de ulike A, B og C-listene, ser en i stor grad den samme tendensen, altså en økende norskandel på alle listene etter 1995. Året 2010 skiller seg ut som det året med mest norske utøvere på alle lister. Som en ser i figurene under, lå norskandelen på 49 % på A-lista, 44 % på B-lista og på 60 % på C-lista dette året.

Norsk musikk på A-lista til P3

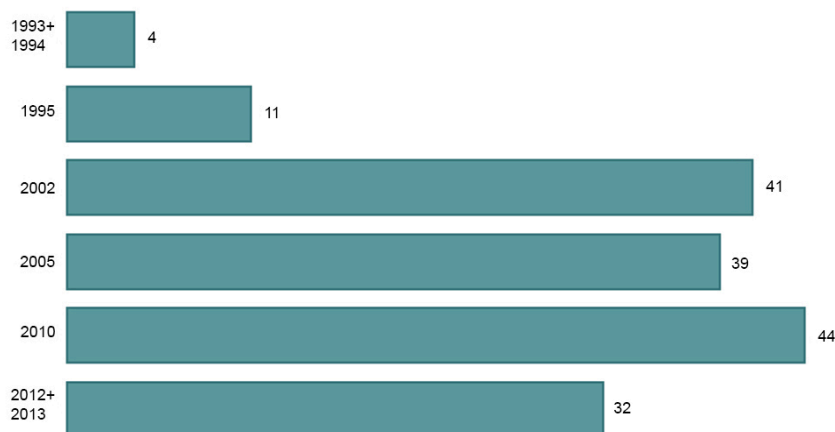
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 25: Norsk musikk på A-lista

Norsk musikk på B-lista til P3

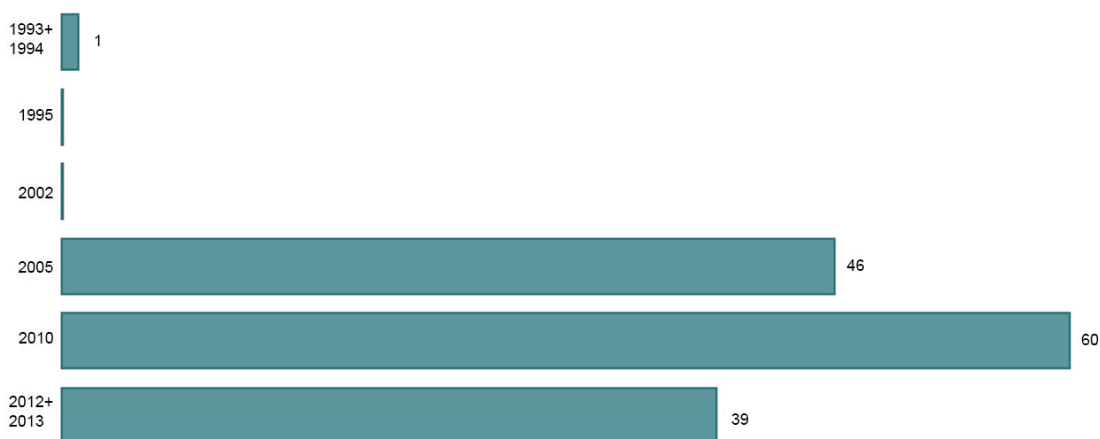
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 26: Norsk musikk på B-lista

Norsk musikk på C-lista til P3

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 27: Norsk musikk på C-lista

Alle listene viser en økning i den norske musikkandelen etter 1995. Listene har inneholdt en prosentandel over 35 % norske artister i alle de analyserte periodene etter 1995. Unntaket er 2012/13 da norske artister er representert med 32 %. På kanalens lister samlet sett utgjør likevel norske artister 36 % (figur 24). Grunnet mangelen på C-liste fra 2002 er det vanskelig å si om økningen i norske artister på spillelistene til P3 var like betydelig fra 1995 til 2002.

Denne oppgavens analyse viser altså en sterk representasjon av norsk musikk på P3s spillelister etter 1995. Det kan igjen tenkes at kanalens satsing på norske artister via Urørt har hatt innflytelse her. P3s satsing på norsk musikk er et tema som også har blitt påpekt av Allmennkringkastingsrådet og Medietilsynet flere ganger.

I allmennkringkastingsrapporten fra 1997 mente blant annet Allmennkringkastingsrådet at andelen norske komponister og utøvere i P3s musikktilbud gjerne kunne økes, noe det også ser ut til at kanalen tok til seg (Allmennkringkastingsrådet, 1997: 33).

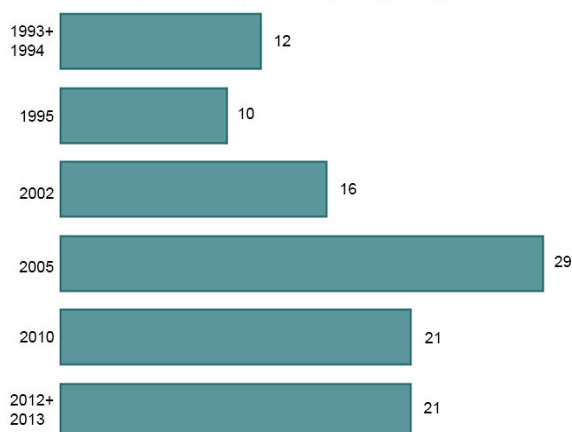
En annen årsakssammenheng som kan forklare den økte andelen norsk musikk på P3 er den tidligere kanalsjefen, Marius Lilleliens ønske om å styrke norsk musikkliv. Da Håkon Moslet tiltredde som musikk-sjef i P3 i 2002 artikulerte også han et ønske om å satse på norsk musikk:

P3 har vært flinke, men etter min mening ikke flinke nok. I et intervju som jeg selv gjorde med den nye kanalsjefen Marius Lillelien, for syv- åtte måneders siden, i det han tiltredte sin stilling som kanalsjef, uttalte han en målsetning om å øke norskandelen til 25 % på P3. [...] jeg vil gjerne ha enda mer norsk musikk og være med å bidra til å skape bredde. Om man vil fange hele bredden så kan prosenten gjerne være høyere (Ballade 2002).

Analysen av spillelistene fra 2002 viser at kan det se ut til at Moslet og Lillelien fikk til det de ønsket. Prosentandelen norsk musikk på spillelistene til P3 gikk for alvor opp dette året. Sammenligner en norskandelen på P3s spillelister med VG-lista Topp 20 gjenspeiler også denne at P3s satsing på norsk musikk har skilt seg fra trenden på VG-lista.

Norsk musikk på VG-lista

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 28: Norsk musikk på VG-lista Topp 20

Figur 28 viser at året 2005 ser ut til å ha vært et godt år for norske musikkutøvere. VG-lista Topp 20 preges også av en høy prosentandel norske artister i denne perioden. Andelen norske artister har i hovedsak steget gjennom alle de analyserte periodene på VG-lista Topp 20.

USA fremdeles pop

Selv om spillelistene til P3 har en høyere prosentandel norske artister enn VG-lista, er det ikke til å komme utenom at de begge i stor grad preges av musikk fra USA.

Prosentandelen som representerer amerikanske artister på spillelistene til P3 har vært høy i alle de målte periodene, men som figuren under viser har den minket med årene.

Amerikanske artister på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 29: Musikk fra USA på spillelistene til P3

I 1995 lå prosentandelen amerikanske artister på 33 % på P3s spillelister samlet sett, mens den i perioden 2012/13 utgjorde en andel på 25 %. På A-lista har andelen derimot gått opp, f.eks. fra å ligge på 30 % i 1995 og 34 % i perioden 2012/13.

Amerikanske artister på A-lista

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.

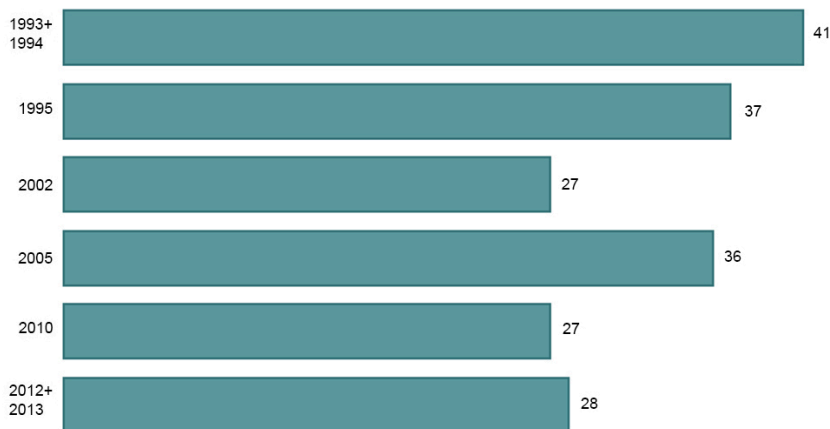


Figur 30: Musikk fra USA på A-lista

B og C-listene preges av en nedgang når det kommer til andelen amerikanske artister. På B-lista har andelen gått ned fra 36 % i 2005 til 28 % i 2012/13.

Amerikanske artister på B-lista

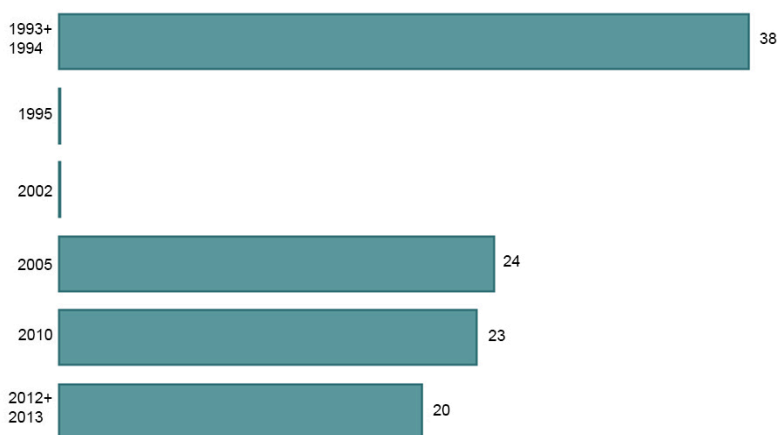
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 31: Musikk fra USA på B-lista

Amerikanske artister på C-lista

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 32: Musikk fra USA på C-lista

Selv om amerikanske artister utgjør over 20 % på alle av P3s spillelister i perioden 2012/13, har kanalen hatt en annerledes utvikling på dette feltet sammenlignet med VG-lista Topp 20. Mens andelen amerikanske artister i hovedsak har gått ned på P3s spillelister, har den økt på VG-lista.

Amerikanske artister på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 33: Musikk fra USA på VG-lista Topp 20

Som figuren over viser lå denne på sitt høyeste i året 2010, da 55 % av låtene på VG-lista var fremført av amerikanske artister. Selv om representasjonen går noe ned i perioden 2012/13 (53 %), viser figur 33 at amerikansk musikk har preget VG-lista i svært stor grad i alle de analyserte periodene. Dette kan ses i sammenheng med den amerikanske populærkulturens historie og utvikling. USA har lenge hatt stor innflytelse i den internasjonale musikkbransjen, og store deler av det vi anser som populærmusikk i dag hadde også sitt utspring her. Ekspansjonen og integreringen av den amerikanske kulturen globalt er trolig hovedgrunnen til at amerikansk musikk preger VG-lista Topp 20 i såpass stor grad.

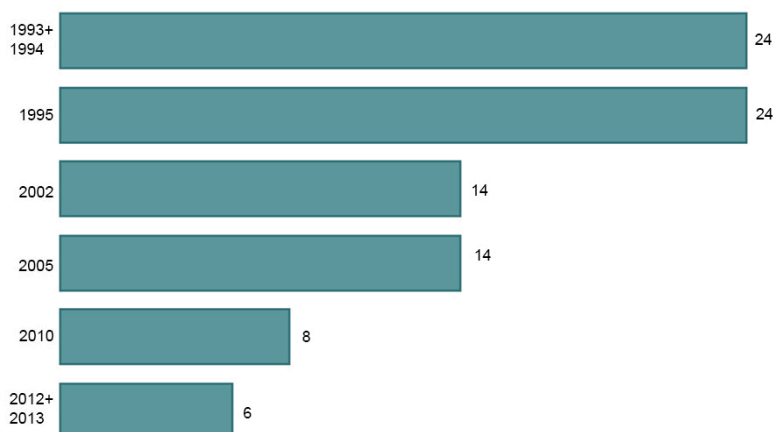
P3 velger å belyse det motsatte av dette, noe som kan anses som positivt både i forbindelse med kanalens krav om å skille seg fra kommersielle tilbud og reflektere bredde. Kanalens spillelister har en høyere prosentandel norske artister enn amerikanske artister totalt, noe som viser at P3 er mer opptatt av å vise mer norsk enn amerikansk kultur. Det kan igjen anses som et viktig bidrag når det kommer til NRKs rolle i styrkingen av norsk språk, identitet og kultur.

Artister fra Europa og Storbritannia ned

Selv om P3s spillelister skiller seg fra VG-lista Topp 20 i utviklingen av prosentandelen amerikanske artister, viser listene likheter på andre områder. Musikk fra Storbritannia har fått mindre plass på både P3s spillelister og på VG-lista Topp 20. På VG-lista hadde denne en andel på 24 % i 1993/94 og i 1995, til sammenligning utgjør andelen artister fra Storbritannia 6 % på VG-lista i perioden 2012/13.

Artister fra Irland og Storbritannia på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.

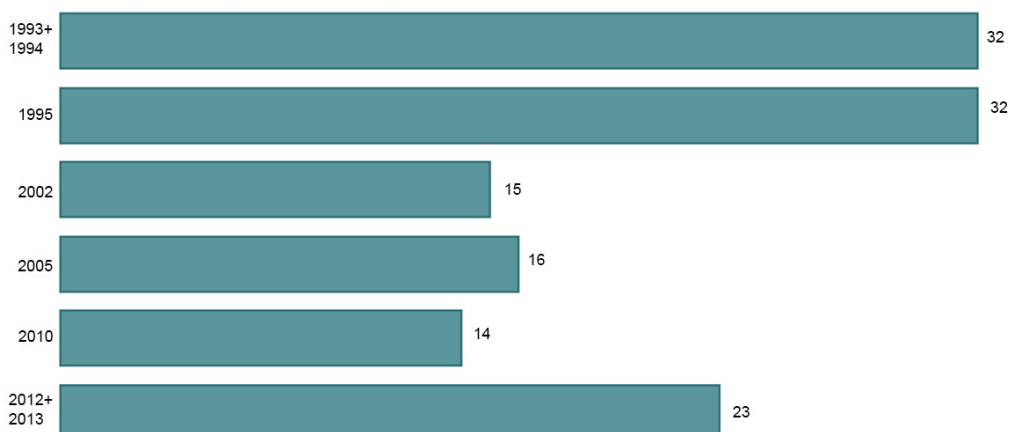


Figur 34: Musikk fra Irland og Storbritannia på VG-lista Topp 20

Nedgangen er også tydelig på P3s spillelister fra perioden 1993/4 til 2010. I motsetning til VG-lista Topp 20 har andelen artister fra Storbritannia derimot opplevd en økning i perioden 2012/13.

Artister fra Irland og Storbritannia på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



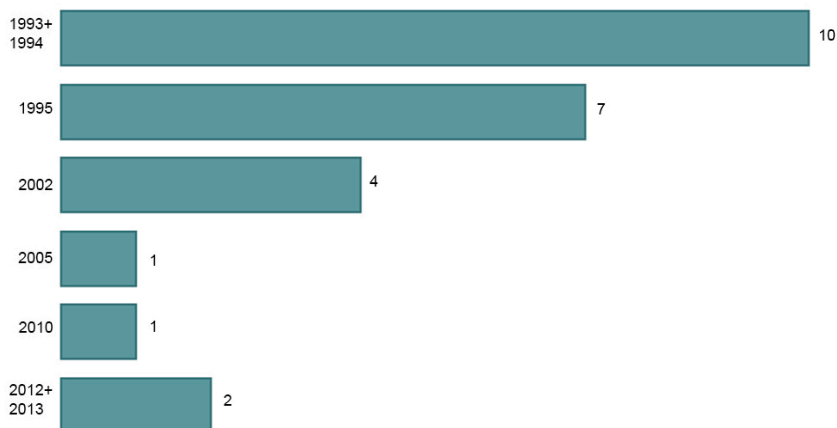
Figur 35: Musikk fra Irland og Storbritannia på VG-lista Topp 20

Andelen europeiske artister (ekskludert Sverige, Danmark og Norge) har også gått ned på begge lister. I 1993/94 stod europeiske artister for 10 % av låtene på P3s spillelister samlet sett, siden har artister med europeisk opprinnelse preget spillelistene i mindre grad.

Både VG-lista Topp 20 og spillelistene til P3 har hatt en nedgang i andelen europeiske artister, men også her ser en tendens til vekst i nyere tid i begge listene. Denne er tydeligst på VG-lista, der andelen går fra 4 % i 2005 til en andel på 7 % i 2012/13. På P3s spillelister går denne fra 1 % til 2 % i de samme periodene.

Europeiske artister på P3 totalt

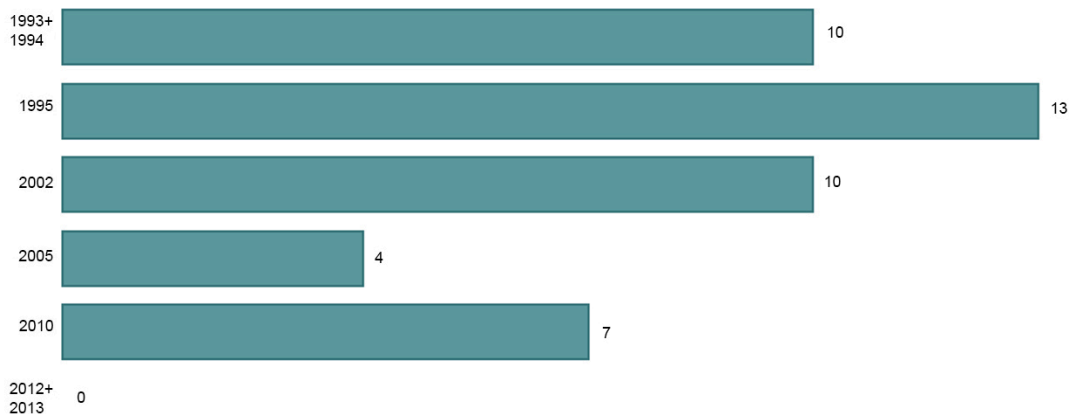
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 36: Musikk fra Europa på spillelistene til P3

Europeiske artister på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 37: Musikk fra Europa på VG-lista Topp 20

Det kan også nevnes at andelen svenske artister har gått opp på spillelistene til P3. I 1993/94 lå denne på 4 %, mens den i perioden 2012/13 utgjør en andel på 8 %. Andelen svenske artister har økt mest på A-lista, hvor den i perioden 2012/13 utgjorde 13 %. Til sammenligning lå den i perioden 1993/94 på 3 % på A-lista.

Kort oppsummert har spillelistene til P3 i stor grad vært dominert av norske og amerikanske artister. Andelen amerikanske artister har gradvis gått ned fra analysens første til siste periode, mens andelen norske artister har hatt en sterk vekst på spillelistene i samme periode. Andelen svenske artister har også gått opp, mens artister fra Storbritannia (inkludert Irland) og Europa i hovedsak er representert i mindre grad på P3s spillelister totalt sett i nyere tid.

5.3 Gjenspeiling av mangfold

Mediene har et ansvar når det kommer til det å speile samfunnet, men gjenspeilingen er ikke nødvendigvis helt komplett. Eide (2005) snakker om at mediene og det offentlige rom preges av en mannlig regi, en dominans som lar seg registrere på minst tre nivå. Mediene eies og ledes i hovedsak av menn, flertallet av journalistene er også menn. Medietilbudet bærer sterkere preg av å være rettet mot menn og fremstiller kvinner i økende grad som forlystelsesobjekter for det mannlige blikket. Eide (2005) påpeker også at representasjonen av menn i avisspaltene, på radio og på fjernsyn er større enn representasjonen av kvinner. Usynliggjøringen av kvinner i media kan påvirke den kvinnelige delen av publikum og deres syn på sin egen betydning. Belysningen av kvinner er viktig, fordi en lav representasjon av kvinner i mediebildet i ytterste konsekvens kan føre til en dempet interesse for samfunnsspørsmål og demokratisk deltagelse blant kvinner (Eide 2005: 329-331).

Bildet Eide (2005) skisserer kan overføres til mange samfunnsområder, også til populærmusikken. Flere populærmusikkforskere har forsket på forholdet mellom musikk og kjønn, fremstillingen av kvinner og menns seksualitet i populærmusikken og hvorfor noen former for musikk og musikkinstrument blir ansett som mer maskuline enn andre. Shuker (2005) peker på at musikkbransjen i sin helhet er mannsdominert, både på produksjonssiden og på utøversiden (Shuker 2005: 119). Undersøkelser viser at musikklivet også preges av en kjønnert arbeidsdeling, der kvinnelige artister i hovedsak opptre som sangere, mens mannlige artister sprer seg over hele instrument- og produksjonsspekteret (Lorentzen 2011: 23).

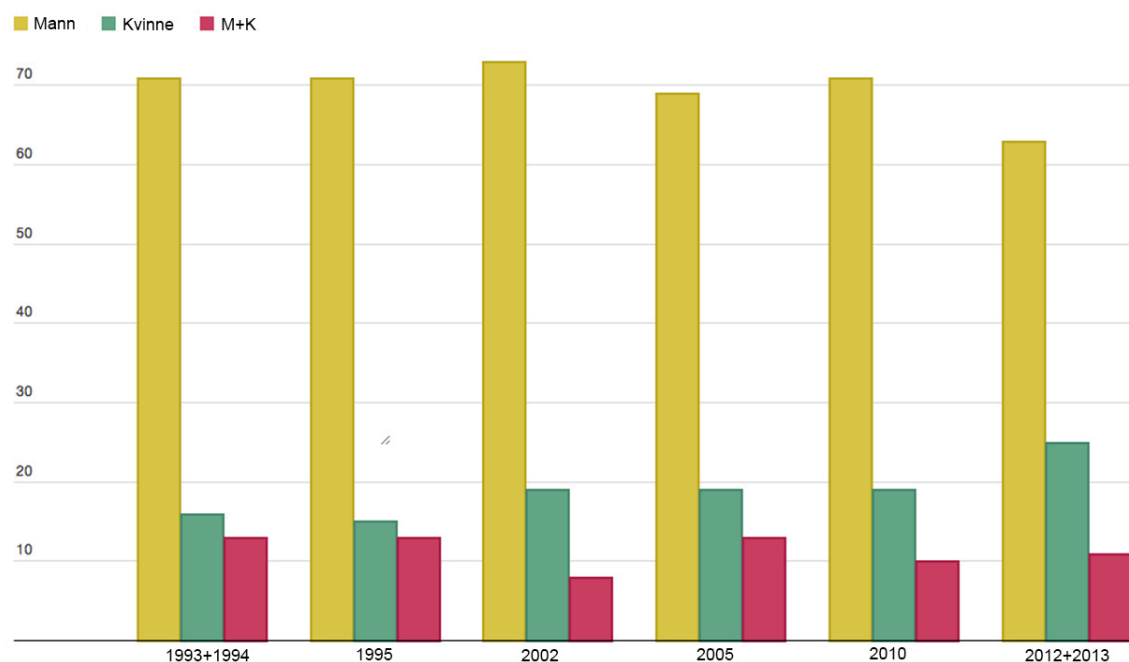
NRK-plakaten sier ikke noe konkret om kjønnsbalanse, men man må kunne anta at også dette er gjeldende under kravet om gjenspeiling av mangfoldet som finnes i befolkningen. Vi vil nå se på hvordan dette forholdet har utspilt seg på P3s spillelister.

Gjenspeiler tendensen

Kjønnsaspektet har vært viktig for P3. Kanalen er bevisst på at musikkbransjen i hovedsak er mannsdominert og har også forsøkt å ta noen grep i forbindelse med dette. P3-ledelsen har f.eks. tatt hensyn til kjønnsbalansen i utvalget som setter sammen spillelistene, et bevisst valg for å bidra til å utjevne forskjellene i musikkbransjen. Grepene har også som hensikt å trekke til seg flere kvinnelige lyttere (Knutsen 2000: 68-69). Om en ser på kjønnsfordelingen blant artistene på spillelistene reflekteres ikke balansen mellom kjønnene i like stor grad.

Kjønnsfordeling på P3 totalt

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.

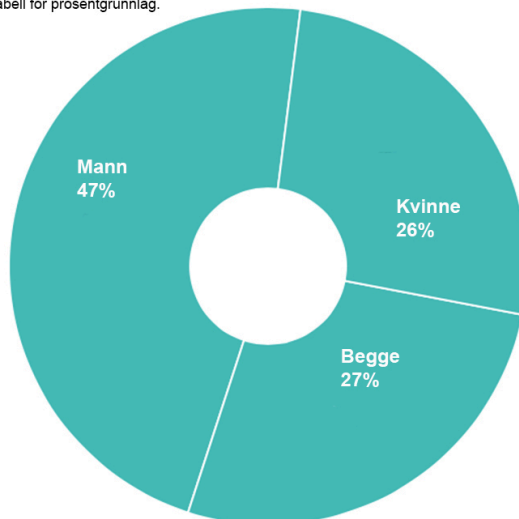


Figur 38: Kjønnsfordeling på P3s spillelister

Som en kan se av figuren over preges spillelistene til P3 i hovedsak av mannlige artister. Andelen kvinnelige artister ser derimot ut til å være på vei opp om en studerer utviklingen fra 2010 til 2012/13. Fra en nokså jevn mannlig prosentandel på rundt 70 % i alle periodene, går denne ned til en andel på 65 % i 2012/13. Andelen kvinnelige artister går med det opp, fra 19 % i 2010 til 25 % i 2012/13.

Her viser A-listene (fra perioden 2012/13) den jevneste fordelingen, hvor den mannlige prosentandelen artister ligger på 47 % og den kvinnelige andelen artister på 26 %. Artistsamarbeid på tvers av kjønn er representert med en andel på 27 %.

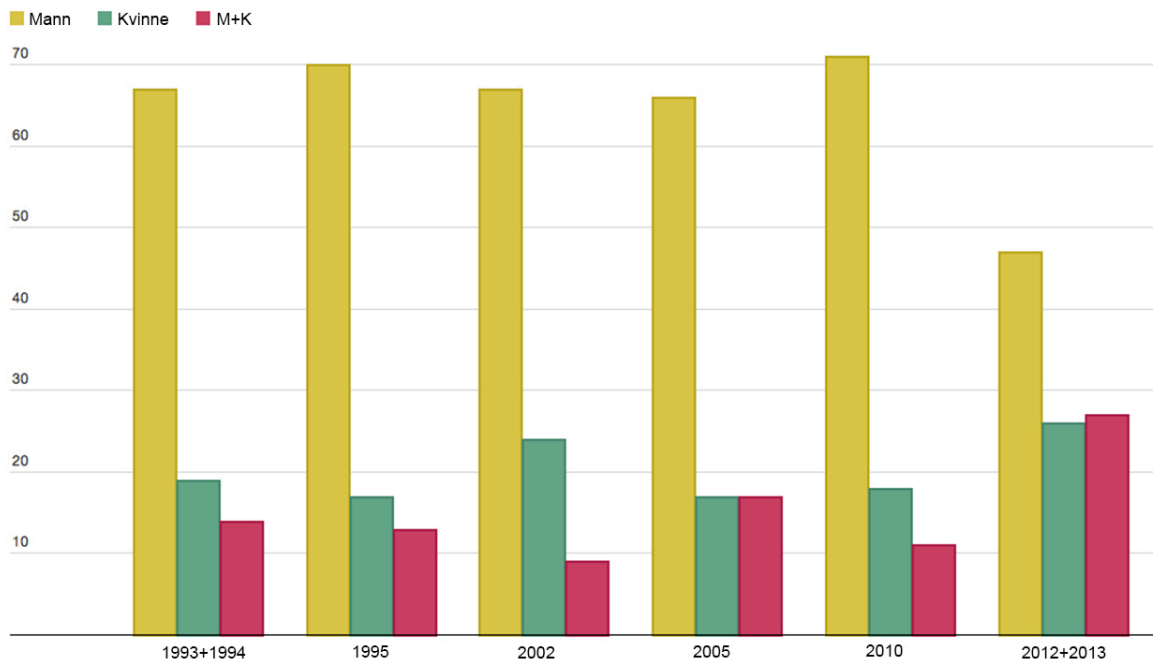
Kjønnsfordeling på A-lista til P3 2012+2013
 Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 39: Kjønnsfordeling på A-lista i 2012/13

Om en sammenligner dette med de tidlige listene, f.eks. med A-lista fra perioden 1993/94, kan det ses som en heldig utvikling med tanke på kjønnsbalansen. I perioden 1993/94 lå prosentandelen mannlige artister på A-lista på 67 % og den kvinnelige andelen på 19 %. Kategorien “begge”, som kjennetegnes av låter hvor både menn og kvinner er delaktige utøvere, utgjorde en andel på 14 %.

Kjønnsfordeling på A-lista til P3
 Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.

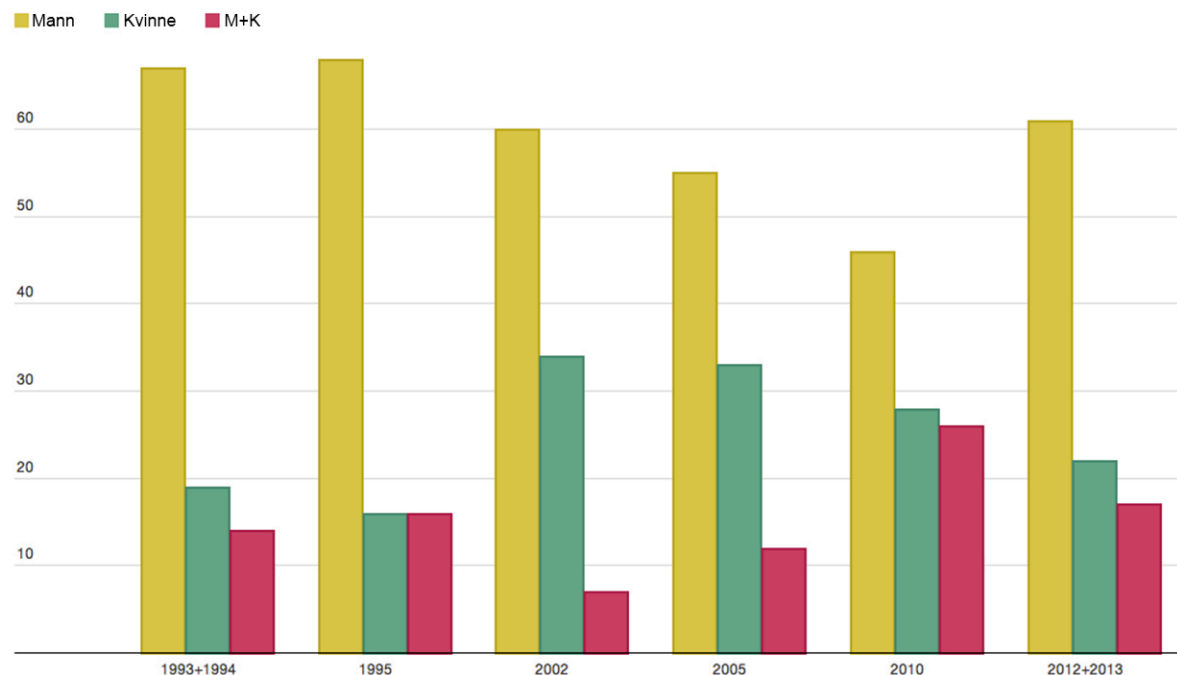


Figur 40: Kjønnsfordeling på A-lista alle analyserte perioder

Sammenligner en kjønnsrepresentasjonen på P3 i sin helhet med VG-lista Topp 20 ser en at denne har vært mer balansert på VG-lista enn på P3s spillelister i flere perioder. I 2005 lå f.eks. andelen kvinnelige artister på VG-lista på 33 %, mens den på P3s spillelister utgjorde 19 %. I 2010 hadde VG-lista en prosentandel kvinnelige artister på 28 %, mens P3 hadde en andel på 19 %.

Kjønnsfordeling på VG-lista Topp 20

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 41: Kjønnsfordeling på VG-lista Topp 20

Det kan være mange årsaker til dette. En av årsakene kan ses i sammenheng med VG-listas høye representasjon av pop-sjangeren og amerikanske artister. Som tidligere nevnt utgjorde popen en andel på 59 % på VG-lista i 2005, i 2010 lå den på 50 %. Andelen amerikanske artister har også vært høy på VG-lista i alle de målte periodene.

Poenget kan belyses ytterligere av Lorentzens (2011) utredning om kjønnsbalansen i musikklivet. Utredningen er laget på oppdrag fra artistorganisasjonen Gramart og omhandler kjønnsforholdet i det norske musikklandskapet. Lorentzen (2011) har blant annet sett på hvordan fordelingen var kjønnsmessig på de mest spilte låtene i Norge i 2009.

Undersøkelsen trekker frem at avstanden mellom kjønnene blir jevnere om en ikke regner med norsk musikk:

Det ser dermed ut til at kjønnskillene blir større jo mer lokale eller norske artistene er, mens geografisk avstand ser ut til å minske effekten av, eller har en nøytraliserende virkning på effekten av både kjønn og rase/etnisitet på radiospilling (Lorentzen 2011: 14).

Det er interessant i forbindelse med denne undersøkelsen. Som oppgaven også vil komme tilbake til er det A-lista til P3 som har flest låter til felles med VG-lista Topp 20 i nyere tid. Det er som nevnt også den som har den jevneste kjønnsbalansen i nyere tid og høyest andel artister fra USA. På bakgrunn av dette kan det tolkes som at P3 A-liste flere kvinnelige pop-artister fra USA. Basert på erfaringene som kom under registreringsprosessen av spillelistene til P3, preges A-listene i større grad av artister som Madonna, Rihanna og Britney Spears i nyere tid. Å ta stilling til hvorvidt disse artistene er gode representanter for kjønnsbalansen i musikklivet eller ikke vil sprengne rammene for denne oppgaven. Det er derimot kan si er at artistene er nokså dominerende i den internasjonale musikkbransjen, og ikke står som de sterkeste representantene for et ikke-kommersielt og alternativt tilbud.

5.4 Et ikke-kommersielt tilbud

Musikken har lenge spilt en viktig rolle i radiomediet. Den utgjør store deler av mange radiokanalers sendetid og har siden 1920-tallet eskalert til å prege radiostasjoner verden over. På 1950-tallet var det å få en låt listet på radio ansett som en forutsetning for kommersiell suksess i USA (Shuker 2001: 61). Plateselskap har siden vært interessert i å få musikken sin spilt på radio for å introdusere den til et større publikum. Det er et forhold med to funksjoner, hvor den ene er å underholde publikum og den andre ofte har et mål om profit. (Hirsch 1972: 132).

Forholdet mellom musikken, radioen og publikum kan heller ikke undervurderes i dagens musikkmarked. Som oppgaven har vært inne på tidligere har ikke alle musikkutøvere den samme forutsetningen for å promotere musikken sin. Noen har større apparat i ryggen enn andre, f.eks. i form av et stort plateselskap utstyrt med konkurransedyktige rammebetingelser. Det finnes mange aspekter ved dette, musikkbransjens strategier for å nå ut til et stort publikum og slå gjennom i det kommersielle markedet er et omfattende tema. Her er ikke kun økonomi den eneste forutsetningen, bare det å skape en stjerne eller et idol er et studium i seg selv (Hall & Whannel 1964: 35).

Det en kan si med mer eller mindre klathet er at kommersielle radiokanaler har en tendens til å spille musikk fra hitlistene, laget og produsert av artister med bred publikumsappell. Fordi NRK skal skille seg ut fra det kommersielle tilbudet kan ikke P3 gjøre nøyaktig det samme. NRK-plakaten sier ikke at NRK *ikke* kan tilby det samme tilbudet som kommersielle aktører. Det understrekes derimot at NRKs tilbud bør *skille seg* fra det kommersielle tilbudet og “etterstrebe et element av økt samfunnsverdi i forhold til det kommersielle tilbudet”.

Det er vanskelig å rangere musikk etter samfunnsverdi ettersom det fort kan bli en diskusjon om smak. Sett i sammenheng med resten av NRK-plakaten kan det likevel tolkes som at spillelistene til P3 bør representere et mangfold som andre kommersielle radiokanaler ikke representerer. Kanalen kan altså spille den samme typen musikk som de kommersielle radiokanalene, men bør by på alternativer også.

Musikk fra hitlistene har også vært diskutert innad i P3. I kanalens oppstartsperiode mente noen at kanalen burde ha en alternativ og innovativ rolle i det norske radiomarkedet, og dermed ikke spille den samme musikken som de kommersielle radiokanalene. Andre påpekte at dette derimot var nødvendig, ettersom det også var en del av P3s oppgave å nå ut til et ungt publikum og gi de unge den musikken de ville ha (Knutsen 2000: 47).

Tidligere musikk sjef Håkon Moslet og tidligere kanalsjef Marius Lillelien har gitt uttrykk for at det er balansen mellom disse to faktorene som har vært gjeldende på P3:

Inkluderende radio som ønsker lytterne velkommen med fet musikk og god stemning, står ikke i motsetning til rollen som oppdrager og frontkjemper. Som allmennkringkaster er det Petres plikt å gjøre begge deler. Søtsaker og grønnsaker om hverandre er vår meny. Du skal få noe du liker, noe du ikke visste du likte – og noe du hater [...] Skillelinjene går ikke mellom forslitte begreper som alternativ og mainstream. Men snarere mellom hva som er dårlig og hva som er bra (Artikkel fra Dagbladet, 28.august 2003. Sitert i Schultz 2005: 49).

Kanalledelsen har heller ikke lagt skjul på at VG-lista er en av flere barometere den bruker i forbindelse med sammensetningen av spillelistene (Steen 2003). Men P3 har også alltid satt innovasjon høyt. Tidligere musikkprodusent i P3, Tone-Lise Skagefoss, har tidligere uttalt:

Hvis en låt ligger på toppen av hit40-lista [...] ser vi ingen grunn til å spille den, for da spiller andre den. Samtidig som man selvfølgelig skal spille musikk som folk også vil ha. Det er jo en veldig diffus balansegang mellom å være innovativ og spille det folk vil ha (Knutsen 2000: 47).

Ønsket om å bygge opp en musikkprofil som skiller seg fra mainstream-musikken har blant annet resultert i at musikkprodusentene i P3 ofte har foretrukket å plukke låter fra album selv. I stedet for å liste låtene som promotes som platens singler, velger altså P3 å liste andre albumspor. På den måten spiller kanalen låter som andre radiokanaler kanskje ikke velger å liste (Knutsen 2000: 47).

P3s musikkpolitikk på dette området er også noe som har endret seg underveis. I noen perioder har kanalen f.eks. hatt fokus på å formidle alternativ musikk, mens den i andre perioder har prioritert å være tidlig ute med listing av hitlåter. Nyskapning og det å kunne “breake” låter – altså å *skape* en hit, har derimot alltid vært en viktig del P3s profil (Knutsen 2000: 47).

Basert på erfaringer i forbindelse med kodingen av P3s spillelister og sammenligningen av disse med VG-lista Topp 20, kan begge disse innfallsvinklene se ut til å stemme. Ofte preges f.eks. både VG-lista Topp 20 og P3s spillelister av de samme artistene, men av ulike låter. Det har også vært merkbart at låter som blir listet på spillelistene til P3 havner på VG-lista Topp 20 mange uker senere.

| Artist | Låt | Uke og liste på P3 | År | Uke den havnet på VG-lista | Antall uker på VG-lista |
|---------------------|--------------------------|--------------------|------|----------------------------|-------------------------|
| Sophie Ellis-Bextor | Murder On The Dancefloor | 4, B-lista | 2002 | 9 | 13 |
| Missy Elliot | 4 My People | 13, A-lista | 2002 | 20 | 8 |
| Backstreet Boys | Incomplete | 17, B-lista | 2005 | 23 | 5 |
| Amerie | 1 Thing | 20, A-lista | 2005 | 22 | 5 |
| Timbuktu | Det Löser Sig | 21, C-lista | 2005 | 6 (2006) | 1 |
| Mattafix | Big City Life | 34, C-lista | 2005 | 40 | 13 |
| Gwen Stefani | Cool | 35, B-lista | 2005 | 39 | 2 |
| Mattafix | Big City Life | 36, B-lista | 2005 | 40 | 13 |
| Madonna | Hung Up | 43, A-lista | 2005 | 45 | 22 |
| Mira Craig | Headhunted | 43, C-lista | 2005 | 49 | 9 |

Tabell 8: Oversikt over P3s listing av låter som havnet på VG-lista Topp 20 senere

Tabellen over viser noen få eksempler på tilfeller hvor P3 har listet låter før disse har havnet på VG-lista Topp 20. I mange tilfeller er P3 mange uker i forveien med listingen. F.eks. var Mira Craigs “Headhunted” listet på P3s C-liste 6 uker før den havnet på VG-lista Topp 20. Dette kan tolkes som at kanalen faktisk bidrar til å breake låter. En annen mulighet kan være at P3 lister låtene med en gang de er tilgjengelige, men at det tar flere uker før en låt selger og blir nok lyttet til, til at den havner på VG-lista. Uansett årsak ser det ut til at P3 ofte er tidlig ute med å liste ny musikk, hvertfall før musikken havner på VG-lista.

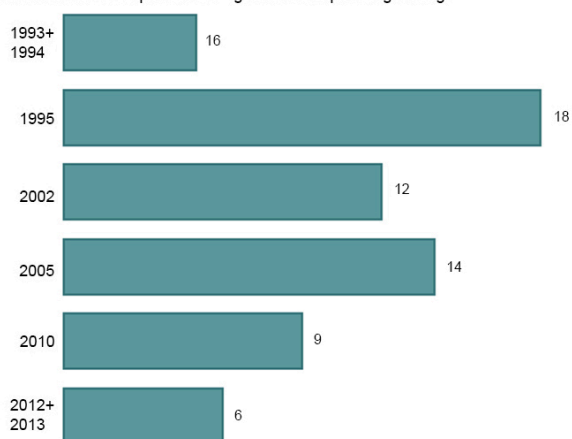
Dette er naturlig nok ikke en tendens gjennom hele undersøkelsen, men den er verdt å ta i betraktning når oppgaven nå vil presentere likheten mellom VG-lista Topp 20 og P3s spillelister på låtnivå.

A-lista mest til felles med VG-lista

Figuren under viser antallet låter spillelistene til P3 har hatt til felles med VG-lista Topp 20. Målingen er som sagt basert på de samme ukene, f.eks. har P3s A-liste fra uke 50 i 2010 blitt sammenlignet med VG-lista Topp 20 i uke 50, 2010.

Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20 - A, B og C-lista samlet

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.

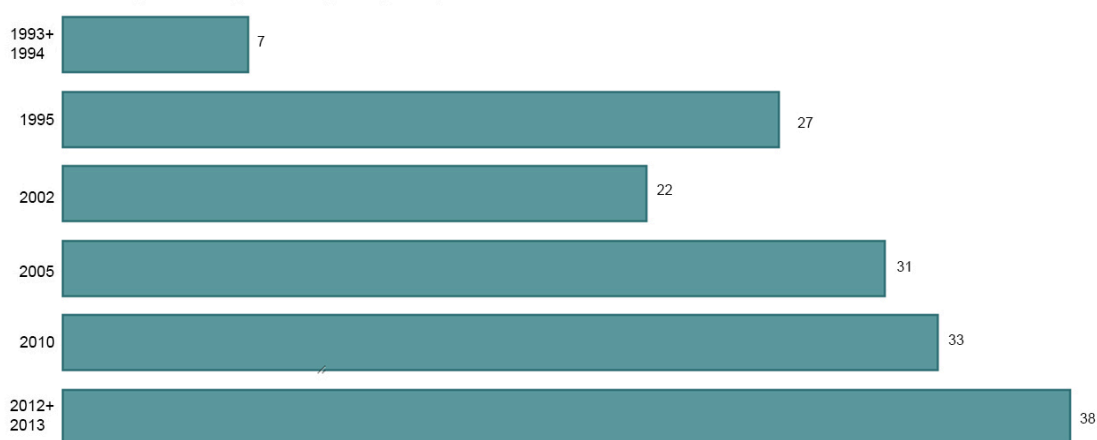


Figur 42: Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20

På sitt høyeste har 18 % av låtene på spillelistene til P3 også ligget på VG-lista Topp 20. Siden 1995 har prosenten gått ned, i nyere tid (2012/13) ligger denne på 6 %.

Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20 - A-lista

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



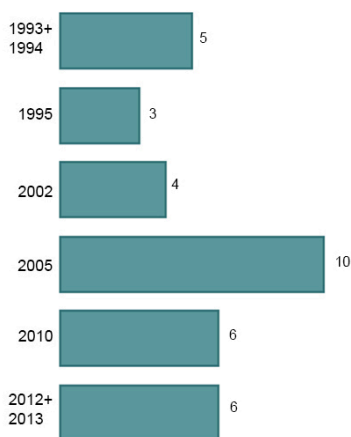
Figur 43: Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20, A-lista

Om en ser på hvordan dette forholdet utspiller seg på de enkelte A, B og C-listene ser en en annen utvikling. Figuren på forrige side viser A-listas fellestrekk med VG-lista Topp 20 når det kommer til låter. Her ser vi at prosenten har økt med årene og at den som regel har ligget på over 20 % i alle de målte periodene. I nyere tid ligger denne på 38 %, altså ligger 38 % av låtene på A-lista til P3 på VG-lista Topp 20 i de samme periodene. Den høye prosentandelen for 2012/13 må ses i lys av at A-lista har blitt mindre med årene, utvalget er dermed basert på færre antall låter enn i de andre periodene.

Ser en på den samme utviklingen på B-listene til P3 ligger prosentandelen like låter med VG-lista Topp 20 lavere her. Denne var på sitt høyeste i 2005, på 10 %. Figuren under viser at den i nyere tid ligger på 6 %. Den andre figuren viser at andelen låter som både ligger på VG-lista og på P3s spillelister er lavest på kanalens C-liste. Her var den høyest i kanalens tidligste periode 1993/94, på 2 %. I nyere tid ligger denne på 0 %.

Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20 - B-lista

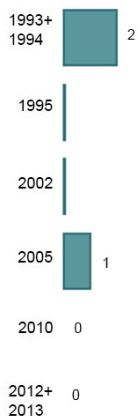
Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 44: Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20, B-lista

Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20 - C-lista

Avrundet til nærmeste prosent. Se egen tabell for prosentgrunnlag.



Figur 45: Prosentandel like låter med VG-lista Topp 20, C-lista

Ut fra dette kan man si at det er P3s A-liste som har hatt sterkest likhetstrekk med VG-lista Topp 20 når det kommer til antall like låter. Statistikken sier derimot ikke noe om i hvilken retning denne påvirkningen har skjedd, altså om det er P3 som har listet låtene først og at de deretter har havnet på VG-lista eller omvendt. En kan se utviklingen som et tegn på at det spilles mer hitlistemusikk på P3 i nyere tid enn før, ettersom A-lista er en liste som får tung rotasjon på kanalen. Det er likevel ikke mulig å konkludere med dette, undersøkelsen er som sagt ikke basert på antallet ganger en låt har vært spilt på P3.

Tar en alle listene med i betraktning ser en derimot at spillelistene har utviklet seg i motsatt retning enn A-lista alene, altså i retning færre fellestrekk på låtnivå med VG-lista Topp 20.

6.0 Konklusjon

Allmennkringkasting er et omfattende felt. Denne analysen har belyst én del av hvordan P3 forholder seg til sitt allmennkringkasteroppdrag. Fordi musikk og spillelistene til P3 utgjør en såpass stor del av kanalens sendeskjema bør også disse reflektere kanalens allmennkringkasteroppdrag.

Oppgaven har vist hvordan P3s spillelister har utviklet seg i lys av fire punkter fra NRK-plakaten. Med disse som rammeverk for analysen har vi sett på spillelistenes sjangerutvikling over tid, vi har også sett hvordan listene har utviklet seg med tanke på representasjon av ulike nasjonaliteter og andelen norsk musikk. Det har også blitt belyst hvordan listene har utviklet seg i forbindelse med kjønn.

Analysen har jevnlig sammenlignet P3s spillelister med VG-lista Topp 20. Her har vi sett hvordan listene til P3 har utviklet seg i forhold til en kommersiell aktør. Spillelistene har også blitt sammenlignet med VG-lista på låtnivå, her har vi sett på relasjonen mellom P3s lister og tilbudet av et alternativt og ikke-kommersielt tilbud. Hovedfunnene som kan anses *i tråd* med P3s allmennkringkasteroppdrag kan oppsummeres gjennom følgende punkter:

- Norsk musikk har hatt en kraftig vekst på P3s spillelister, dette gjelder både på kanalens A, B og C-liste.
- Prosentandelen amerikanske artister har gått ned, noe som er en motsatt tendens enn den som preger VG-lista Topp 20, hvor disse går opp.
- P3 kan vise til en bredere representasjon av ulike sjangrer, sammenlignet med VG-lista Topp 20. Sjangrer som alternativ rock, hardrock og indiepop er representert på P3s lister, disse har ikke preget VG-lista Topp 20.
- Pop-sjangeren, som dominerer omtrent 50 % av VG-lista Topp 20 i nyere tid, er ikke like dominerende på P3.
- Likheten med VG-lista Topp 20 på låtnivå har gått ned om en ser på spillelistene samlet sett.
- På rockfronten har band på stadionrock-størrelse opplevd en nedgang, mens mindre etablerte artister har fått mer plass på listene.

Analysen har også vist til andre tendenser som ikke nødvendigvis kan anses som like gode i lys av NRKs allmennkringkasteroppdrag. Disse kan oppsummeres slik:

- Listene preges i hovedsak av mannlige artister, selv om kjønnsbalansen viser en jevnere utvikling i nyere tid.
- VG-lista Topp 20 har ofte hatt en jevnere kjønnsbalanse enn spillelistene til P3.
- Selv om likheten med VG-lista Topp 20 går ned når det kommer til andelen like låter på P3 totalt, viser A-listene en utvikling i motsatt retning. A-listene har altså flere låter til felles med VG-lista i nyere tid.
- Representasjonen av antallet sjangrer har gått ned på A og B-lista.
- Sjangrer som alternativ rock og poprock opplever en nedgang i nyere tid, mens sjangeren pop vokser.
- I likhet med VG-lista går amerikanske artister opp på A-lista, selv om andelen går ned på spillelistene totalt sett.
- Sjangrer som blues, jazz, country, punk, world, folk og reggae er nærmest ikke representert i noen av periodene, hverken på A, B eller C-listene.

I tillegg har undersøkelsen vist at flere av de registrerte sjangrene har hatt lignende utviklinger både på P3s spillelister og på VG-lista Topp 20. Dette kan tolkes som at nye sjangrer har kommet til i musikklandskapet, noe P3 også har forholdt seg til. Kanalen har alltid hatt en ambisjon om å spille ny musikk, et resultat av det er at den også gjenspeiler den musikken som blir ansett som ny til enhver tid. Dette kan være en av grunnene til at f.eks.:

- Sjangrene rap/hip hop og indiepop har fått mer plass på P3s spillelister gjennom årene.
- Hardrock også har gått noe opp på spillelistene totalt sett.
- Sjangeren rock har gått ned.
- Dance/trance går i hovedsak tilbake, men opplever en liten vekst i nyere tid.
- Pop-sjangeren har hatt en vekst.

Analysen har vist at P3s spillelister ikke nødvendigvis byr på den sjangermessige bredden Allmennkringkastingsrådet tidligere har etterlyst. Dette kan anses som kritikkverdig med tanke på kanalens oppfyllelse av kravet om å reflektere bredden og mangfoldet i norsk musikkliv. Hvorfor P3 ikke lister sjangrer som jazz eller blues er vanskelig å svare på. Lite forskning er gjort på området om hvilke *kriterier* P3 legger vekt på når kanalen skal plukke ut ny musikk til sine spillelister.

Til gjengjeld kan bredden kategoriseres som bedre på andre områder. Om en sammenligner kanalens representasjon av de ulike sjangrene innen pop og rock med VG-lista Topp 20, ser en at P3 har en sterkere representasjon av disse. Selv om pop utgjør den største sjangerkategorien på P3 er likevel sjangrer som alternativ rock, hardrock, indiepop, poprock og rock i det minste representert på spillelistene. Dette er i mindre grad tilfellet på VG-lista Topp 20.

Sammenligningen av de ulike A, B og C-listene med VG-lista Topp 20 viser likevel at det i hovedsak er A-lista som har mest til felles med denne. Representasjonen av sjangermangfoldet er svakest her og likheten mellom A-lista og VG-lista ser ut til å ha blitt større med årene. Det kan anses som uheldig med tanke på at listen har hatt som tradisjon å ha den tyngste rotasjonen på kanalen.

Sammenligningen med VG-lista Topp 20 viser også at P3 er tidlig ute med å liste låter som gjerne havner på VG-lista. Det er uvisst om dette illustrerer en form for makt P3 sitter på, eller om kanalen kun er raskt ute. Men med P3s historie, suksess, appell, og de fremdeles gode lyttertallene i bakhodet, er det vanskelig å tenke seg at kanalens posisjon er uten noen form for innflytelse. I Urørt-sammenheng har vi sett at kanalen har makt til å gjøre mindre artister kjente. P3 har dermed en påvirkningskraft på hvilken type musikk, hvilke artister og låter, som er populære akkurat nå.

Det store engasjementet i debatten som har pågått rundt P3-musikken kan også tolkes som et tegn på at kanalen spiller en viktig rolle i norsk musikkliv. Folk bryr seg om hva P3 driver med, hvilke satsinger som kommer og hva kanalens ledelse tenker om dens fremtid.

Dette gjør P3 interessant for kommersielle aktører. Undersøkelser viser at unge fremdeles hører på radio og at deres radiolytting i stor grad består av populærmusikk. Platebransjen er åpenbart interessert i dette segmentet, den undervurderer heller ikke unges kjøpekraft.

Fordi musikk har innflytelse på vår identitet, fordi musikk kan forbindes med ulike verdier og appellere til mange ulike samfunngrupper, er det en del av P3s oppgave å vise dette mangfoldet. Dette er viktig fordi det viser nyansene i samfunnet og oppfordrer til selvstendig, tenkning – en vesentlig del av NRKs allmennkringkasteroppdrag.

Det kan stilles spørsmål ved hvorvidt det blir en del av P3s rolle å gjenspeile dette mangfoldet i fremtiden. Norsk radio står ovenfor et teknologiskifte, om alt går etter planen skal FM-nettet erstattes fullstendig av digitalradio innen 2017. Dette kan skape nye rammer for NRKs radiotilbud, ettersom digitaliseringen av radioen vil gi grunnlag for flere radiokanaler enn det er plass til på FM-nettet i dag. NRK har allerede begynt å utvide sitt radiotilbud ytterlige. Søknadene om oppstarten to nye digitalkanaler, P13 og P1+, er allerede innvilget. Begge kanalene har som mål å appellere til en større del av befolkningen.

Differensieringen av radiotilbudet ser altså ut til føre til at også NRKs radiokanaler blir mer målgruppeorienterte. Hvordan P3s rolle vil utvikle seg i forbindelse med dette gjenstår å se.

7.0 Litteratur

Adorno, T.W. (2001) *Culture Industry*. New York, Routledge.

Berland, J. (1990) *Radio space and industrial time: music formats, local narratives and technological mediation*. Utdrag fra *Popular Music Volume 9/2*. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.jstor.org/stable/853500>> [Lest 10. november 2013].

Crisell, A. (2002) *Introductory History of British Broadcasting*. London, Routledge.

Eide, E. & Eide, M. (red.) (2005) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo, Gyldendal.

Eilertsen, J. (2010) *NRK - fra monopolist til markedsaktør: en analyse av hvordan endringer i omgivelsene har påvirket NRK i perioden fra 1980 til 2000*. Universitetet i Tromsø. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://munin.uit.no/handle/10037/2707>> [Lest 24. oktober 2013]

Fabbri, F. (1980) *A theory of musical genres: Two Applications*. Utdrag fra Horn, D. & Tagg, P. (1981) *Popular Music Perspectives*. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.tagg.org/xpdfs/ffabbri81a.pdf>> [Lest 10. november 2013].

Frith, S. (1998) *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge, Harvard University Press.

Gripsrud, J., Hovden, J.F. & Moe, H. (2011) *Changing relations: Class, education and cultural capital*. Bergen, Elsevier.

Hall, S. & Whannel, P. (1964) *The Young Audience*. På trykk i Frith, S. & Goodwin, A. (Ed.) (1998) *On Record. Rock, Pop, And The Written Word*. London, Routledge.

Holt, F. (2007) *Genre in Popular Music*. Chicago, The University of Chicago Press.

Istad, T.M. (2008) *NRK Urørt – fra demokonkurranse til flermedialt flaggskip*. Universitetet i Bergen. [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/2936/47390669.pdf?sequence=1>> [Lest 26. oktober 2013].

Jensen, K.B. (2003) *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London, Routledge.

Knutsen, T.H. (2000) *Musikk i en ny mediesituasjon. En studie av musikkpolitikk i radiokanalene Petre og P4*. Akademisk avhandling, Universitetet i Oslo.

Lorentzen, A.H. (2011) Kjønn(u)balansen i norsk populærmusikk: inntekter, radiospilling, instrumenter, “artistfeller”. Utredning for Gramart. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.gramart.no/assets/Dokumenter/Pressemeldinger/Gramartrapport_Lorentzen%202011-2.PDF> [Lest 27. november 2013].

McKay C. & Fujinaga I. (2006) *Musical genre classification: Is it worth pursuing and how can it be improved?* Montreal, McGill University. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.music.mcgill.ca/~cmckay/papers/musictech/ISMIR_2006_Genre.pdf> [Lest 10. november 2013].

Negus, K. (2013) *Music Genres and Corporate Cultures*. New York, Routledge.

Nærland, T.U. (2013) *Music, Ideology and Party Politics: A Survey of Musical Taste and Aesthetic Sensibilities Among Young Politicians in Norway*. (In review)

Riesman, D. (1950) *Listening To Popular Music*. På trykk i Frith, S. & Goodwin, A. (Ed.) (1998) *On Record. Rock, Pop, And The Written Word*. London, Routledge.

Schultz, H. (2005) *Et lydspor til våre liv? En analyse av NRK Petres musikkprofil*. Universitetet i Oslo.

Shuker, R. (2001) *Understanding Popular Music*. London, Routledge.

Shuker, R. (2005) *Key Concepts in Popular Music*. London, Routledge.

Østbye, H. & Eide, M. (red.) (2008) *Medier - insititusjoner og historie*. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. & Moe, H. (2013) *Metodebok for mediefag*. Bergen, Fagbokforlaget.

Østbye, H. (2013) *Allmennkringkasting*. Nettartikkel. Universitetet i Bergen, 21. februar 2013 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.uib.no/infomedia/39658/allmennkringkasting>> [Lest 13. november 2013].

Rapporter og statistikk

Allmennkringkastingsrådet (1996) *Rapport for 1996*. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Allmennkringkasting/akrapp_1996.pdf> [Lest 5. november 2013].

Allmennkringkastingsrådet (1998) *Rapport for 1998*. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Allmennkringkasting/akrapp_1998.pdf> [Lest 5. november 2013].

Allmennkringkastingsrådet (2002) *Rapport for 2002*. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.medietilsynet.no/Documents/Tema/Allmennkringkasting/akrapp_2002.pdf> [Lest 5. november 2013].

Kulturdepartementet (2010) *Konsesjoner*. [Internett], Regjeringen. Tilgjengelig fra: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/tema/medier/kringkasting/konsesjoner.html?id=86811>> [Lest 13. november 2013].

Medienorge, Norsk mediebarometer & SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser (2013) *Radiolytting fordelt på ulike radiokanaler*. Statistikk fordelt etter alder [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://medienorge.uib.no/cat=statistikk&medium=radio&queryID=240>> [Lest 19. oktober 2013].

Medienorge, Norsk mediebarometer & SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser (2013) *Radiolytting en gjennomsnittsdag*. Statistikk fordelt etter alder [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=radio&queryID=177>> [Lest 21. oktober 2013].

Medienorge & TNS Gallup (2013) *PPM - radiokanalenes lyttertall per år*. Statistikk fordelt etter alder [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&queryID=351>> [Lest 21. oktober 2013].

Medienorge, Norsk mediebarometer & SSBs Kultur- og mediebruksundersøkelser (2013) *Radiolytting fordelt på programkategorier*. Statistikk fordelt etter alder [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=radio&queryID=241>> [Lest 24. oktober 2013].

NRK & Medienorge (2013) *Programprofil for NRKs radiokanaler*. Statistikk fordelt etter P3. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&medium=radio&queryID=267>> [Lest 21. oktober 2013].

NRKs årsrapport (2003) *NRK i 2003*. [Internett], NRK Tilgjengelig fra: <<http://www6.nrk.no/informasjon/2003/nrkallmennkringkaster2003.pdf>> [Lest 5. november 2013].

NRKs årsrapport (2004) *NRK i 2004*. [Internett], NRK. Tilgjengelig fra: <<http://www6.nrk.no/informasjon/2004/kultur.htm>> [Lest 23. oktober 2013].

NRK a (1.oktober 2009) *Radioen - det første massemedium* [Internett], NRK. Tilgjengelig fra: <<http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.6512029>> [Lest 19. oktober 2013].

NRK b (26.september 2009) *NRKs brede medietilbud* [Internett], NRK. Tilgjengelig fra: <<http://www.nrk.no/informasjon/fakta/1.6511989>> [Lest 19. oktober 2013].

TNS-Gallup (2012) *Mobile and tablet measurement in Norway: Catching up with the Internet measurement*. Statistikk på radioens prime time, andre kvartal 2012 [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.tns-gallup.no/arch/_img/9104225.pdf> [Lest 24. oktober 2013].

Nettartikler

Aahlin, A.K. (2012) *Klovner i Kamp*. [Internett], Store norske leksikon. Tilgjengelig fra: <http://snl.no/Klovner_i_Kamp> [Lest 7. november 2013].

Ballade.no (31. januar 2003) *Petre i omveltning*. [Internett], Ballade. Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2003013114024230969100>> [Lest 23. oktober 2013].

Blekkerud, M. *Her skapes en hit*. Reportasje. Mann, 14. april 2012 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.klikk.no/produktthjemmesider/mann/article754661.ece>> [Lest 19. oktober].

Donald, T. (2005) *Kan P3 heve seg over turbulensen rundt kanalen?* Debattinnlegg. Ballade, 5. oktober 2005 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2005100511343196542000>> [Lest 23. oktober 2013].

IFPI a (2012) *IFPI Norge*. [Internett], IFPI Norge. Tilgjengelig fra: <<http://www.ifpi.no/om-ifpi-norge>> [Lest 5. november 2013].

IFPI b (2012) *VG-lista*. [Internett], IFPI Norge. Tilgjengelig fra: <<http://www.ifpi.no/vg-lista/21-vg-lista/9-vg-lista>> [Lest 5. november 2013].

Kleve, M. (2008) P3 endrer på musikkformateringen. Nettsak. Dagbladet, 20. november 2008 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.dagbladet.no/kultur/2008/11/20/554861.html>> [Lest 24. oktober 2013].

- Lundgren, E. (2012) *P3-jubel over sterke lyttertall*. Nettsak. Radioassistant, 28. februar 2012 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.radioassistant.com/RA/2012/02/p3-jubel-over-sterke-lyttertall/>> [Lest 24. oktober 2013].
- Manheim, K. (2004) *Manheim om Moslet: - En fullstendig manglende evne til å forstå musikkbroer og inspirasjonskilder*. Debattinnlegg. Ballade, 16. desember 2004 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2004120614120882926985>> [Lest 20. oktober 2013].
- Moslet, H. & Lillelien, M. (2003) *Lillelien og Moslet: – Framtidas Petre*. Debattinnlegg. Ballade, 11. februar 2003 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2003021110083055739528>> [Lest 23. oktober 2013].
- Nordal, P. (2003) *Nye Petre på luften i dag*. Redaktørinnlegg. Panorama, 1. september 2003 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://panorama.no/vis.php?kat=3&did=374>> [Lest 23. oktober 2013].
- Opdahl, K. (2013) *Ny duo leder VG-lista*. Nettsak. P3, 14. april 2013 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://p3.no/musikk/ny-duo-leder-vg-lista/>> [Lest 21. oktober 2013].
- P3 (2013) *Festen begynner*. [Internett], P3. Tilgjengelig fra: <<http://p3.no/20/aar-1993/#post-2917>> [Lest 19. oktober 2013].
- Rostad, K. (2009) *Bak kulissene med Lydverket*. Nettsak. P3, 30. september 2009 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://p3.no/med-kontroll-paa-premierenervene/>> [Lest 23. oktober 2013].
- Skanche-Knutsen, A. (2005) *P3-debatten skyter fart: - Nye anklager om ensretting og maktarroganse*. Nettsak. Ballade, 5. september 2005 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2005090514564638045777>> [Lest 20. oktober 2013].
- Steen, K. (2003) *Det nye Petre - en strømlinjeformet listekanal?* Intervju med Håkon Moslet. Ballade, 31. januar 2003 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art20030131110503016276035>> [Lest 22. oktober 2013].
- Steen, K. (2003) *Håkon Moslet: - På Petre skal kidsen få den musikken de liker*. Intervju med Håkon Moslet. Ballade, 31. januar 2003 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2003013111532091010299>> [Lest 23. oktober 2013].
- Store norske leksikon (2007) *Radio Luxembourg* [Internett] Tilgjengelig fra: <http://snl.no/Radio_Luxembourg> [Lest 19. oktober 2013].
- Thorkildsen, J. (2009) *Christer Falck manipulerte VG-lista*. Nettsak. Dagbladet, 7. september 2009 [Internett] Tilgjengelig fra <<http://www.dagbladet.no/kultur/2005/09/07/442605.html>> [Lest 26. oktober 2013].
- Thorkildsen, J. (2005) *Christer Falck skjeller ut Moslet*. Nettsak. Dagbladet, 2. september 2005 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.dagbladet.no/kultur/2005/09/02/442208.html?1125671888>> [Lest 23. oktober 2013].
- Østbø, S. (2013) *P3 - den store talentfabrikken*. Nettsak. VG, 3. oktober 2013 [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.vg.no/rampelys/artikkel.php?artid=10126928>> [Lest 21. oktober 2013].
- Østbø, S. (2011) *Spotify og WiMP inn i VG-lista*. Nettsak. VG, 10. juni 2011. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.vg.no/musikk/vg-lista-topp-20/artikkel.php?artid=10095054>> [Lest 21. oktober 2013].

Musikkreferanser

Pop

Edmonds, K.B & Ciccone, M.L. (1994) *Take A Bow*, Madonna. Warner Bros. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=jmxDDuy11dc>>

Germanotta, S. & Khayat, N. (2009) *Bad Romance*, Lady Gaga. Interscope/Universal Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=qrO4YZeyl0I>>

Levin, B., Eriksen, M.S., Furler S. & Hermansen, S. (2012) *Diamonds*, Rihanna. Def Jam/Universal Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=lWA2pjMjpBs>>

Levine, A., Mars, B. & Lawrence, P. (2012) *Locked Out Of Heaven*, Bruno Mars. Atlantic Records/Unirversal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=e-fA-gBckj0>>

Moore, A.B. (2001) *Get The Party Started*, Pink. Arista/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=mW1dbiD_zDk>

Nilsen, K. (2005) *Never Easy*, Kurt Nilsen. BMG International. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=rHFiaCgnv7U>>

Solvang, A. & Mena, M. (2002) *My Lullaby*, Maria Mena. Sony Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=kn5irtXT8fY>>

Rock

Bowie, D. (1993) *Strangers When We Meet*, David Bowie. RCA/BMG Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=tkwQHG3JSdg>>

Clayton, A., Hewson, P.D., Mullen. L. & Evans, D.H. (1995) *Hold Me, Thrill me, Kiss Me, Kill Me*, U2. WEA/Warner Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=SMastE7oBMA>>

Gallagher, N. (2002) *The Hindu Times*, Oasis. Big Brother/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=VAvM-dAR6Cc>>

Vedder, E., Cameron, M., McCready, M. & Gossard, S. (2009) *The Fixer*, Pearl Jam. Monkeywrench/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=Kj-sFIHQWLY>>

Hardrock

Bixler Z.C. (2005) *The Widow*, The Mars Volta. Polydor/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=VUBQLnEGHNk>>

Gluecifer (2003) *Easy Living*, Gluecifer. Steamhammer Records/SPV GmbH. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=RYk5hndbZtU>>

JR Ewing (2006) *Fucking And Champagne*, JR Ewing. Motor Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=AWlmWAtQ4oE>>

Kvelertak (2013) *Kvelertak*, Kvelertak. Roadrunner Records/Warner Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=Eelfbl1ZLrE>>

Poprock

The Airborne Highfives (2012) *Monster*, The Airborne Highfives. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=MaDjE6XIHQ8>>

Armstrong, B.J. (2005) *Wake Me Up When September Ends*, Green Day. Reprise/Warner Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=NU9JoFKlaZ0>>

Bigbang (2005) *Saturn Freeway*, Bigbang. Grandsport Records. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=alVXjrcPjml>>

Williams, H. & York, T. (2013) *Now*, Paramore. Fueled by Ramen/Warner Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=G133kjKy91U>>

Indiepop

Gibbard, B. (2009) *Meet Me On The Equinox*, Death Cab For Cutie. Chop Shop Records/Atlantic Records/Warner Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=-DxUWGSiyt4>>

Local Natives (2009) *Who Knows Who Cares*, Local Natives. Infectious Records. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=hAHD6WQSBWo>>

Mercer, J. (2012) *Simple Song*, The Shins. Columbia/Interscope/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=RoLTPcD1S4Q>>

Newman, J., Hamilton, G.U., Sainsbury, G. & Green, T. (2012) *Tessellate*, Alt-J. Infectious Records. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=Qg6BwvDcANg>>

Alternativ rock

The Alexandria Quartet (2009) *The Dark Side Of The Blues*, The Alexandria Quartet. Nettverk/Your Favourite Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=jPuP1WGEDVs>>

Casa Murilo (2012) *In For The Kill*, Casa Murilo. Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=cAL_izQnm-Y>

Team Me (2010) *Fool*, Team Me. Propeller Recordings/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=YwacCcEE3Oo>>

Viken, A.E. (2013) *I morgen*, Anja Elena Viken. Cosmos Music Group. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=3IYSgkClwjg>>

Rap/hip hop

Karpe Diem (2012) *Spis din syvende sans*, Karpe Diem. Petroleum Records/Sony Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=uJhrGmu7br8>>

Mosley, T., Harmon, J., Timberlake, J., Clayton, T. & Beanz, J. (2009) *Carry Out*, Timbaland. Interscope Records/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=NRdHsuuXxfk>>

Vaular, L. & Vik, J. (2012) *Mye Mere*, Lars Vaular & Jonas V. NMG/G-Huset. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=KDOKGZ5rQeg>>

West, K., Carter, S., Altschuler, J., Krinsky, D., Cox, J., Cox, C., Phillips, B. & Donaldson, R.W.A. (2011) *Niggas In Paris*, Jay Z & Kanye West. Roc-A-Fella/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=gG_dA32oH44>

Dance/trance

Rotteveel, N., Pournouri, A., Bergling, T., Wiklund, L., Parmenius, J. & Wredenberg, M. (2012) *I Could Be The One*, Avicii & Nicky Romero. Universal Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=bek1y2uiQGA>>

Rijen, R. (1993) *Slave To The Music*, Twenty 4 Seven. Indisc. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=gFxFOGHmiFM>>

Tuinfort, G., Thiam, A., Guetta, D., Sindres, J.C & Vee, S. (2009) *Sexy Bitch*, David Guetta feat. Akon [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=yI1bnxotNV0>>

Elektro

Berge, S., Brundtland, T. & Havnevik, K. (2005) *Only This Moment*, Røyksopp. Astralwerks/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=qz-nhcfTfWQ>>

Berger, P. & Carlsson, M.R. (2010) *Dancing On My Own*, Robyn. Konichiwa/Warner Music [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=J294A-R1Cjk>>

Wobble, J., Guðmundsdóttir, B. & Arnold, D. (1993) *Play Dead*, Björk. Universal. [Internett] Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=mNoo_rNZQ84>

Moore, S.J. (2012) *Bangarang*, Skrillex. Atlantic/Warner Music. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=YJVmu6yttiw>>

R&B

Keys, A. & Rose, E. (2002) *A Woman's Worth*, Alicia Keys. J Records/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=JtMUIwOE2ss>>

Knowles, B., Rowland, K., Williams, M., Harrison, R., Harris, C., Carter, D. & Garrett, S. (2004) *Soldier*, Destiny's Child. Columbia/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=qFJ3VKnwmJw>>

Starr, J. (1993) *Get It Up*, TLC. Arista/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=SV5IL7clQGE>>

Soul

Gaye, M., Cleveland, A. & Benson, R. (1994) *What's Going On*, Music Relief. Jive/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=YOTELUIlynQ>>

Singer/songwriter

Dybdahl, T. (2004) *One Day You'll Dance For Me*, New York City, Thomas Dybdahl. CCAP/EMI. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=UoA8GwHQJgw>>

Country

Teijo, L., Pop, D. & Martin, M. (1995) *Wish You Were Here*, Rednex. Zomba/Sony Music Entertainment. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.youtube.com/watch?v=bvUVxVnBe3k>>

Folk

Mumford, M. (2012) *I Will Wait*, Mumford And Sons. Island/Universal. [Internett] Tilgjengelig fra:
<<http://www.youtube.com/watch?v=swHXzJDntsM>>

Reggae

Holter, N.A. (2012) *Jungelen*, Nico D. Knirckefritt. [Internett] Tilgjengelig fra:
<<http://www.youtube.com/watch?v=ptTa2bAWifA>>

Funk

Cheatham, J.L. (2005) *Feels Just Like It Should*, Jamiroquai. Sony BMG. [Internett] Tilgjengelig fra:
<<http://www.youtube.com/watch?v=H9W9rc-P9UQ>>

Punk

Elastica (1995) *Waking Up*, Elastica. Deceptive Records. [Internett] Tilgjengelig fra:
<<http://www.youtube.com/watch?v=ipsBL7IBwzY>>

World

Zundel, C. (1995) *Yeha-Noha*, Sacred Spirit. Virgin. [Internett] Tilgjengelig fra:
<<http://www.youtube.com/watch?v=XPd9be8R5bA>>

8.0 Vedlegg

Kodeskjema

Oversikt over alle variabler – variable view.

| Name | Type | Width | Decimals | Label | Values | Missing | Columns | Align | Measure | Role |
|-------------|---------|-------|----------|-------|--------|---------|---------|-------|---------|-------|
| AR | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Scale | Input |
| UKE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Scale | Input |
| LISTE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| KVINNE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| MANN | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Scale | Input |
| BEGGE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| POP | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Scale | Input |
| HIPHOPRAP | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| SOUL | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| RB | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| ELEKTRO | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| DANCETRANCE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| DUBSTEP | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| POPROCK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| ROCK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| ALTRock | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| SINGERSONG | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| FOLK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| INDIEPOP | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| HARDROCK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| PUNK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| BLUES | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| COUNTRY | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| JAZZ | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| REGGAE | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| WORLD | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| FUNK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| NORSK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Scale | Input |
| SVENSK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| DANSK | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| USA | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| STORBRIT | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| EUROPA | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |
| ANNEN | Numeric | 8 | 0 | | None | None | 8 | Right | Nominal | Input |

| | ÅR | UKE | LISTE | KVINNE | MANN | BEGGE | POP | HIPHOPRAP | SOUL | RB | ELEKTRO | DANCETRAN CE | DUBSTEP | POPROCK |
|----|------|-----|-------|--------|------|-------|-----|-----------|------|----|---------|-----------------|---------|---------|
| 1 | 2013 | 16 | . | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 2 | 2013 | 16 | . | 10 | 18 | 10 | 15 | 5 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 | 4 |
| 3 | 2013 | 16 | . | 18 | 38 | 11 | 26 | 7 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 6 |
| 4 | 2013 | 16 | . | 4 | 11 | 5 | 8 | 4 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 |
| 5 | 2013 | 15 | . | 2 | 4 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 6 | 2013 | 15 | . | 9 | 19 | 7 | 13 | 5 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 4 |
| 7 | 2013 | 15 | . | 19 | 43 | 6 | 32 | 8 | 0 | 0 | 5 | 0 | 1 | 5 |
| 8 | 2013 | 15 | . | 6 | 9 | 5 | 10 | 5 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 |
| 9 | 2013 | 14 | . | 2 | 3 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 10 | 2013 | 14 | . | 11 | 19 | 5 | 14 | 4 | 0 | 0 | 5 | 1 | 0 | 6 |
| 11 | 2013 | 14 | . | 18 | 45 | 5 | 26 | 7 | 0 | 0 | 6 | 0 | 1 | 4 |
| 12 | 2013 | 14 | . | 5 | 10 | 5 | 9 | 5 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 |
| 13 | 2013 | 12 | . | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 14 | 2013 | 12 | . | 14 | 19 | 5 | 15 | 3 | 0 | 0 | 4 | 2 | 0 | 6 |
| 15 | 2013 | 12 | . | 21 | 43 | 4 | 31 | 6 | 0 | 1 | 3 | 0 | 1 | 4 |
| 16 | 2013 | 12 | . | 5 | 11 | 4 | 13 | 4 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| 17 | 2013 | 11 | . | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 18 | 2013 | 11 | . | 15 | 19 | 5 | 20 | 1 | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | 5 |
| 19 | 2013 | 11 | . | 18 | 43 | 5 | 27 | 7 | 0 | 1 | 4 | 0 | 1 | 3 |
| 20 | 2013 | 11 | . | 5 | 10 | 5 | 9 | 5 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 |
| 21 | 2013 | 10 | . | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 22 | 2013 | 10 | . | 15 | 22 | 6 | 20 | 2 | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | 6 |
| 23 | 2013 | 10 | . | 15 | 37 | 8 | 25 | 6 | 0 | 1 | 5 | 1 | 1 | 4 |
| 24 | 2013 | 10 | . | 5 | 11 | 4 | 11 | 4 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 |
| 25 | 2013 | 9 | . | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 26 | 2013 | 9 | . | 15 | 28 | 4 | 22 | 1 | 0 | 0 | 4 | 3 | 0 | 7 |
| 27 | 2013 | 9 | . | 15 | 34 | 7 | 20 | 7 | 0 | 1 | 5 | 0 | 1 | 3 |
| 28 | 2013 | 9 | . | 5 | 10 | 5 | 11 | 3 | 0 | 0 | 1 | 5 | 0 | 0 |
| 29 | 2013 | 8 | . | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 30 | 2013 | 8 | . | 13 | 32 | 3 | 21 | 1 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 6 |
| 31 | 2013 | 8 | . | 14 | 34 | 3 | 18 | 7 | 0 | 1 | 4 | 0 | 1 | 2 |
| 32 | 2013 | 8 | . | 5 | 9 | 6 | 10 | 4 | 0 | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 |
| 33 | 2013 | 6 | . | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 34 | 2013 | 6 | . | 10 | 28 | 4 | 18 | 1 | 0 | 0 | 2 | 3 | 0 | 6 |

A-LISTE UKE 49

B-LISTE UKE 49

| | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| PEARL JAM | DAUGHTER | BODYCOUNT | HEY JOE |
| ICE-T | THAT'S HOW I'M LIVING | FREDDIE MERCURY | THE GREAT PRETENDER |
| STELLA GETZ | FRIENDS | MR.BIG | WILD WORLD |
| U2 | STAY | BRYAN ADAMS | PLEASE FORGIVE ME |
| SOUL ASYLUM | WITHOUT A TRACE | LEILA K | CLOSE YOUR EYES |
| CAPELLA | U GOT 2 LET THE MUSIC | BEAVIS & BUTTHEAD/ CHER | I GOT YOU BABE |
| M-PEOPLE | DON'T LOOK ANY FURTHER | JANET JACKSON | AGAIN |
| MIDNIGHT OIL | IN THE VALLEY | MEATLOAF | I'D DO ANYTHING FOR LOVE |
| LENNY KRAVITZ | ISTHEREANYLOVEINYOURHEART | NIRVANA | ALL APOLOGIES |
| RIGHT SAID FRED | BUMPED | LENA FIAGBE | GOTTA GET IT RIGHT |
| 4 NON BLONDES | SPACEMAN | 10.000 MANIACS | BECAUSE THE NIGHT |
| DELILLOS | GLEMTE MINNER | K.D. LANG | JUST KEEP ME MOVING |
| PET SHOP BOYS | I WOULDN'T NORMALLY DO THIS... | THE POSIES | FLAVOR OF THE MONTH |
| STAKKA BOO | LIVING IT UP | THE HOOTERS | PRIVATE EMOTION |
| TREBLE'N BASS | JAM JAM JAM | PHIL COLLINS | BOTH SIDES OF THE STORY |
| JAZZY JEFF & T.FRESH PRINCE | I'M LOOKING FOR THE ONE | BILLY JOEL | ALL ABOUT SOUL |
| ASHLEY CLEVELAND | I'M NOT MADE THAT WAY | NO NAME REQUESTED | COME INA DE DANCE |
| BASSRATE | INNER STATE | OCTOBER PROJECT | ARIEL |
| GUNS'N'ROSES | HAIR OF THE DOG | AIMEE MANN | STUPID THING |
| TEXAS | FADE AWAY | GUNS'N'ROSES | SINCE I DON'T HAVE YOU |
| PRINCE | PINK CASHMERE | TOM PETTY | SOMETHING IN THE AIR |
| BROTHERS | BACK IN BLACK | US3 | I GOT IT GOIN' ON |
| PAULINE HENRY | FEELS LIKE MAKING LOVE | ELTON JOHN | DUETS FOR ONE |
| BJØRK | PLAY DEAD | ENIGMA | RETURN TO INNOCENCE |
| THE CHRISTIANS | PERFECT MOMENT | PET SHOP BOYS | LIBERATION |
| | | RADIOHEAD | CREEP |
| | | GABRIELLE | I WISH |
| | | M-PEOPLE | MOVING ON UP |
| | | MARIAH CAREY | HERO |
| | | ONE DOVE | WHITE LOVE |

C-LISTE UKE 45

BRUKES FRA TORS DAG 10.NOVEMBER.-94

SAMMEN MED ROTASJON UKE 2

| | | |
|----|---------------------------------|----------------------------------|
| 1 | PET SHOP BOYS | YESTERDAY WHEN I WAS MAD |
| 2 | WARREN G. | THIS D.J |
| 3 | LALAH HATHAWAY | ANYONE CAN BE A HERO |
| 4 | FUNDAMETAL | GOLD BURGER |
| 5 | SISTER BLISS (kutt 2, må cues!) | CAN'T GET A MAN, CAN'T GET A JOB |
| 6 | TANSADS | A BAND ON THE RAINBOW |
| 7 | DOMINO | DO YOU LIKE IT BABY |
| 8 | D:REAM | BLAME IT ON ME |
| 9 | CHARLES SHAW | I'M FEELING |
| 10 | PAPA DEE | JUNGLE SOUND CLASH |
| 11 | DEADEYE DICK | NEW AGE GIRL |
| 12 | E-TYPE | THIS IS THE WAY |
| 13 | MPLS | MINNEAPOLIS |
| 14 | STONE TEMPLE PILOTS | INTERSTATE LOVE SONG |
| 15 | SUZIE CARR | ALL OVER ME |
| 16 | OFFSPRING | COME OUT AND PLAY |
| 17 | MOONFLOWER | ANGEL |
| 18 | JIM CARREY | CUBAN PETE (KUTT 3) |
| 19 | GOO CHIE & THE DHARMA B | TRAIN |
| 20 | BLOODLINE | STONE COOLD HEARTED |
| 21 | JADE | 5 - 4 - 3 - 2 (Fonkee time mix) |
| 22 | 5TH. POWER | NO INTERMISSION |
| 23 | ASWAD | WARRIORS |
| 24 | 2 IN A ROOM | EL TRAGO |
| 25 | PROFETS OF DA CITY | NEVER AGAIN |
| 26 | GROOVE CORPORATION | RAIN |
| 27 | SEMPER | FOREVER |
| 28 | DONNA SUMMER | MELODY OF LOVE (classic edit) |
| 29 | BIG MOUNTAIN | I WOULD FIND A WAY |
| 30 | SEAN MAGUIRE | SOMEONE TO LOVE |

SPILLELISTER NRK P3: UKE 02/03, 2012

A-listen

| ARTIST | TITTEL | 1(5) | ELEKTRO | NOR | THE GOOD THE BAD & THE ZUGLY |
|----------------------------|------------------------|------|---------|-----|------------------------------|
| RÖYKSOPP & SUSANNE SUNDFØR | RUNNING TO THE SEA | 1(7) | HIPHOP | USA | FRODE JOHANNESSEN |
| MACKLEMORE & RYAN LEWIS | THRIFT SHOP FEAT. WANZ | 10 | POP | USA | THEA & THE WILD |
| IMAGINE DRAGONS | RADIOACTIVE | 10 | HIPHOP | USA | AUTOBARN |
| LUPE FIASCO | BATTLE SCARS | 11 | ROCK | NOR | PEACE |
| THE AIRBORNE HIGHFIVES | MONSTER | 11 | ROCK | NOR | LILLA MAMO |
| RAZIKA | OSLO | 20 | POP | USA | HAERTS |
| YOUNGBLOOD HAWKE | WE COME RUNNING | | | | CHRISTEL ALSOS |

B-listen

| ARTIST | TITTEL | 1(13) | ELEKTRO | UK | VARIOUS CRUELTYIES |
|----------------------------|-------------------------|-------|---------|-----|----------------------------|
| KVELERTAK | BRUANE BRENN | 1 | ROCK | NOR | THE 1975 |
| JONAS ALASKA | I SAW YOU KID | 1 | POP | NOR | BIFFY CLYRO |
| EVA & THE HEARTMAKER | JOANNA | 1 | POP | NOR | THE LITTLE ONES |
| RIHANNA + MIKKY EKKO | STAY | 1 | POP | USA | NICO D |
| SKYLAR GREY + EMINEM | C'MON LET'S RIDE | 1 | POP | USA | WAKE OWL |
| WILL.I.AM + BRITNEY SPEARS | SCREAM & SHOUT | 1 | POP | USA | THE WEEKND |
| THE LUMINEERS | HO HEY | 1(7) | FOLK | USA | HANNE KOLSTØ |
| DISCLOSURE | LATCH | 1(13) | ELEKTRO | UK | JENNY OWEN YOUNGS |
| FOALS | INHALER | 6 | ROCK | UK | HAIM |
| TAYLOR SWIFT | I KNEW YOU WERE TROUBLE | 6 | POP | USA | JOHN OLAV NILSEN & GJENGEN |
| COLDPLAY | HURTS LIKE HEAVEN | 6 | POP | UK | RUDIMENTAL |
| KE\$HA | DIE YOUNG | 6 | POP | USA | MARTINE MARBEL |
| BIG BOI feat KELLY ROWLAND | MAMA TOLD ME | 7 | HIPHOP | USA | ASK EMBLA |
| LINDSTRØM | VOSSAKORV | 9 | ELEKTRO | NOR | SAINT LOU LOU |
| ALFRED HALL | SAFE & SOUND | 9 | POP | NOR | KANYE, BIG SEAN, JAY Z |
| KATE BOY | NORTERN LIGHTS | 9 | POP | SVE | PURE LOVE |
| PINK | TRY | 9 | POP | USA | LARS VAULAR & JONAS V |
| THE KILLERS | MISS ATOMIC BOMB | 9 | POP | USA | CASA MURILO |
| HONNINGBARN | OFFERDANS | 10 | ROCK | NOR | THE OTHER TRIBE |
| GASLIGHT ANTHEM | HANDWRITTEN | 10 | ROCK | USA | |
| OSLO ESS + ONKEL P | FRITT FRAM | 11 | ROCK | NOR | |
| KENDRICK LAMAR | SWIMMING POOLS (DRANK) | 11 | HIPHOP | USA | |
| ALINA DEVECCERSKI | DET E DARK NU | 11 | ELEKTRO | SVE | |
| DAN CROLL | FROM NOWHERE | 12 | POP | UK | |
| SWEDEN | HEY C'MON | 13 | ROCK | NOR | |
| KID ASTRAY | THE MESS | 13 | POP | NOR | |
| TEGAN & SARA | CLOSER | 13 | POP | CAN | |

NRK-plakaten

per 18. juni 2012

NRK-plakaten gir et samlet uttrykk for NRKs samfunnsoppdrag. NRK-plakaten er i sin helhet innarbeidet i NRKs vedtekter kap. II.

II NRKs allmennkringkastingsoppdrag

§ 12 NRK skal understøtte og styrke demokratiet

- a. NRKs samlede allmennkringkastingstilbud 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. NRK skal ha en bred og balansert dekning av politiske valg. Samtlige partier og lister over en viss størrelse omtales normalt i den redaksjonelle valgdekningen.
- 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 sin 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 etterstrebnes, jf. bl.a. prinsippene i Redaktørplakaten, Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten.

§ 13 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 allmennkringkastingstilbud. NRKs tre hovedkanaler for hhv. radio og fjernsyn skal være gratis tilgjengelige for alle lisensbetalere på minst én distribusjonsplattform.
- c. Ved utformingen av NRKs tilbud må det tas hensyn til funksjonshemmede, bl.a. skal NRK ta sikte på at alle fjernsynsprogrammer blir tekstet.

- d. NRK 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.

§ 14 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 programmer for nasjonale og språklige minoriteter. NRK skal ha daglige sendinger for den samiske befolkning.
- c. NRK skal formidle kunnskap om ulike grupper og om 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 sende innhold som enten er produsert i, eller som tar det innholdsmessige utgangspunkt i, distriktene. NRK skal ha distriktssendinger alle hverdager.
- 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, med vekt på norskspråklig og/eller norskkomponert musikk. NRK skal holde et fast orkester som dekker et bredt repertoar fra underholdningsmusikk til symfonisk musikk.
- h. NRK skal formidle kulturarven i Norge. Arkivene til NRK er en del av denne. NRK 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 mangfold av livssyn og religion i det norske samfunnet.
- j. NRK skal ha sportssendinger som dekker både bredden i norsk idrettsliv, herunder funksjonshemmedes idrettsutøvelse, og store idrettsbegivenheter.

§ 15 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, herunder egne kulturprogrammer. 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, herunder tilby innhold tilrettelagt for skoleverket.
- i. NRK skal fremme barns rett til ytringsfridom og informasjon, og skjerme barn mot skadelige former for innhold. NRK skal ha daglige norskspråklige programmer for barn under 12 år, jevnlig norskspråklige programmer for unge, og jevnlig programmer for barn og unge på samisk.

§ 16 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. Det bør utvises særlig varsomhet med å tilby innhold som utsetter publikum for kommersielt press. Dette gjelder særlig for programmer rettet mot barn og unge.
- 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

§ 17 NRK skal ha et attraktivt innholdstilbud på Internett, mobil-tv mv.

- a. NRKs tjenester på Internett skal samlet i levende bilder, lyd og tekst i det minste inneholde et løpende oppdatert tilbud av:
 - Nasjonale og internasjonale nyheter
 - Et eget regionalt nyhets- og innholdstilbud
 - Egenutviklet innhold for barn og unge
 - Fakta- og bakgrunnsinformasjon for nyheter, debatt og aktuelle samfunnsspørsmål
 - Kunst og kultur
 - Sport og underholdning
 - Tjenester og spill som stimulerer til interaktiv deltakelse
- b. NRK skal gjøre flest mulig av sine radio- og fjernsynsprogrammer tilgjengelig på Internett, både ved samtidig distribusjon og som arkivtjeneste for nedlasting og/eller individuell avspilling. NRK skal herunder minimum gjøre tilgjengelig hele sin egenproduserte sendeflate fra de siste sju dager som arkivtjeneste, forutsatt at dette ikke innebærer uforholdsmessig høye kostnader. NRK skal etterstrebe at også mest mulig av den øvrige sendeflaten fra siste sju dager gjøres tilgjengelig som arkivtjeneste.
- c. NRKs programtilbud på Internett skal som hovedregel være gratis. Bruksavhengige kostnader som knyttes til programtilbudet skal likevel kunne kreves dekket ved brukerbetaling.
- d. Bestemmelsene i forrige ledd skal ikke være til hinder for at NRK tilbyr programmer som kommersielle utgivelser. Slike utgivelser er ikke å anse som del av allmennkringkastingstilbudet og skal ikke ha et omfang som undergraver hovedprinsippet om at NRKs programtilbud på Internett skal være gratis.
- e. NRK skal stimulere til kunnskap, forståelse og bruk av andre medieplattformer blant brukere i alle aldre.