

ke med de kulturelle strategier der gør disse vilkår uholdelige), men det skaber ikke desto mindre en vis kritisk bevægelse.

Noter

1. Det har blandt andet medført, at film-, TV- og populærmusik-fagene med næsten større ildhu end litteraturvidenskaben har søgt at opstille en kanon over værker, der var værdige til den akademiske opmærksomhed, man viste dem.
2. Den klassiske undersøgelse af populære musikeres holdninger til det at være populær er Becker (1963).
3. En glimrende beskrivelse af de vurderingsmæssige konsekvenser af denne modsætning inden for klassisk musik findes i Cook (1990).
4. Om betydningen af det boheme-agtige for popkulturen: Se Frith & Horne (1988).

Litteratur

- Becker, Howard (1963), *Outsiders. Studies in the Sociology of Deviance*, New York: Free Press.
- Bennett, Arnold (1907), *The Grim Smile of the Five Towns*, Leipzig: Tauchnitz Edition.
- Bloom, Allan (1987), *The Closing of the American Mind*, New York: Simon & Schuster.
- Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge (fransk udg. 1979).
- Cook, Nicholas (1990), *Music Imagination and Culture*, Oxford: Clarendon Press.
- Crump, Jeremy (1986), »The Identity of English Music: the Reception of Elgar 1898-1935«, in Robert Colls & Philip Dodd, eds., *Englishness, Politics and Culture 1880-1920*, London: Croom Helm.
- Di Maggio, Paul (1982), »Cultural Entrepreneurship and Nineteenth Century Boston«, part 2: »the classification and framing of American art«, *Media, Culture & Society* 4/4.
- Durgnat, Raymond (1971), »Rock, Rhythm and Dance«, *British Journal of Aesthetics*, II.
- Fiske, John (1991), »Popular Discrimination«, in James Naremore & Patrick Brantlinger, eds., *Modernity and Mass Culture*, Bloomington: Indiana U.P.
- Frith, Simon (1990), »What is Good Music?« *Canadian University Music Review* 10/2.
- Frith, Simon (1991), »Cultural Studies and Popular Music«, in L. Grossberg et al., eds., *Cultural Studies Now and in the Future*, London: Routledge.
- Frith, Simon, & Howard Horne (1988), *Art into Pop*, London: Methuen.
- Howes, Frank (1962), »A Critique of Folk, Popular and 'Art' Music«, *British Journal of Aesthetics*, 2/3.
- Huyssen, Andreas (1986), »Mass Culture as Woman: MODernism's Others«, in *After the Great Divide*, Bloomington, Indiana: Indiana U.P.
- James, Henry (), *Stories of Writers and Artists*, New York: New Directions.
- Kaplan, E. Ann (1987), *Rocking Around the Clock: Music Television, Postmodernism and Consumer Culture*, New York: Methuen.
- Kassan, John F. (1990), *Rudeness and Civility. Manners in Nineteenth Century Urban America*, New York: Hill and Wang.
- Keating, Peter (1989), »Readers and Novelists«, in *The Haunted Study. A Social History of the English Novel 1875-1914*, London: Secker & Warburg.
- Kipnis, Laura (1991), »(Male) Desire and (Female) Disgust. Reading *Hustler*«, in L. Grossberg et al., eds., *Cultural Studies Now and in the Future*, London: Routledge.
- Legge, Gordon (1989), *The Shoe*, Edinburgh: Polygon.
- Levine, Lawrence M. (1988), *Highbrow/Lowbrow*, Cambridge, Mass.: Harvard U.P.
- Marothy, Janos (1974), *Music and the Bourgeois. Music and the Proletarian*, Budapest: Akademiai Kiado.
- Miller, Mark Crispin (1989), *Boxed In. The Culture of TV*, Evanston: Northwestern University Press.
- Peiss, Kathy (1986), *Cheap Amusements: Working Women and Leisure in Turn-of-the-Century New York*, Philadelphia: Temple U.P.
- Radway, Janice (1990), »The Scandal of the Middlebrow: the Book of the Month Club, Class Fracture and Cultural Authority«, *South Atlantic Quarterly* 89/4.
- Ray, Robert B. (1990), »The Twelve Days of Christmas: A Response to Dudley Andrew«, *Strategies* 3.
- Richards, Jeffrey, & Sheridan, Dorothy, eds. (1987), *Mass-Observation at the Movies*, London: Routledge.
- Russell, Dave (1987), *Popular Music in England 1840-1914*, Manchester: Manchester U.P.
- Schücking, Levin. L. (1944, 1931), *The Sociology of Literary Taste*, London: Kegan Paul, Trench, Trubner.
- Smith, Barbara Herrnstein (1988), *Contingencies of Value*, Cambridge: Harvard University Press.
- Stadler, Peter (1962), »The Aesthetics of Popular Music«, *British Journal of Aesthetics*, 2/4.
- Stratton, Jon (1983), »Capitalism and Romantic Ideology in the Record Business«, *Popular Music* 3.
- Van Der Merwe, Peter (1989), *Origins of the Popular Style*, Oxford: Clarendon Press.
- Weber, William (1975), *Music and the Middle Class. The Social Structure of Concert Life in London, Paris and Vienna*, London: Croom Helm.
- Wills, Geoff, & Cary L. Cooper (1988), *Pressure Sensitive. Popular Musicians Under Stress*, London: Sage.

Simon Frith er Professor ved The John Logie Baird Centre for Television Research, University of Strathclyde, Glasgow.

Musikplanlægning i Danmarks Radio

– et interview med to musikansvarlige

Af Henrik Dahl og Jørgen Poulsen

Danmarks Radio er en væsentlig faktor i det danske musikliv i dag. Musikindustrien får sine potentielle hits præsenteret og den levende musik kommer ud via transmissionsvogne. DR har tre orkestre og 2 kor og producerer selv musik af høj kvalitet. Der er tale om et kredsløb – eller fødekæde om man vil – hvor radioen indgår som distributionskanal, udstillingsvindue og formidler af både musik og diskussionen omkring den.

Hvordan forvalter Danmarks Radio sin musik- og kulturpolitiske funktion? Hvem bestemmer hvad der skal spilles i radioen? Er det medarbejderne, programcheferne eller radioledelsen? Og hvem tager man hensyn til? Lyttertal? Den offentlige mening? – I dette dobbeltinterview med to chefer, Bent-Erik Rasmussen og Torben Bille, der er ansvarlige for musikken på henholdsvis P2 (undtagen Danmarkskanalen) og P3, prøver vi at belyse de overvejelser som ligger bag den seneste kanalomlægning og den daglige styring af danskernes musikoplevelser.

Ændringen fra 89-kanalstrukturen til den seneste omlægning i 92 greb forskelligt ind i henholdsvis P2 og P3. P3 satsede bevidst på en ændret lyttersammensætning: Man ville i modsætning til tidligere orientere sig snævert mod en ung musiksmag, dvs aldersgruppen 13-40 år, men først og fremmest defineret ved musik, der ikke er ældre end rock og som hovedregel falder inden for kategorierne rock eller moderne pop.

P2 bevarede de regionale flader morgen og aften, men fik midt på dagen noget nyt: Danmarkskanalen: En blanding af »Jørn-Hjorting«- og serviceprogrammer, journalistisk underholdning leveret fra regionerne og bred folkelig populærmusik (dansktop, country mv.). Den del af P2, som inddrages i dette interview, ligger uden for Danmarkskanalen, der har sin egen kanalledelse. Dette interviews P2-musik er med andre ord den 'seriøse' del af musikken på P2, dvs klassisk, jazz og nyere blandingsformer og det sendes på hverdage om aftenen og fordelt over da-

gen i week-ends. P1 har i den nye struktur beholdt en stor del af den klassiske musik, især om morgenen.

Hvorfor kom 92-strukturen?

Danmarks Radio havde tre formål med denne seneste kanalomlægning: For det første ville man gerne redde P3 fra en truende konkurrence med lokalradioerne om de unge lyttere. Det skulle være muligt for P3 at satse på en ung og hård lyd, med ny pop og rockmusik. Øjeblikkets genreord er hiphop, rap, rock, heavy metal og soul. Det vil sige at al den musik der kan karakteriseres som hørende til Giro 413 eller Jørn Hjorting-traditionen skulle flyttes til en anden kanal.

For det andet var der i 89-91 gang i en offentlig diskussion om hvorledes man skulle bruge den fjerde og hidtil ubrugte landsdækkende FM-kanal, som Danmark har til rådighed i henhold til internationale frekvensaftaler. DR udtrykte interesse for at få en sådan

kanal men kommunikationsministeren gjorde opmærksom på at man pt. ikke anvendte de allerede tildelte, idet P2 og P3 i store perioder havde samsending. Der var derfor en mediepolitisk pointe i at *udnytte kanalernes sendetid fuldt ud*. I parentes bemærket uden at der skulle tilføres flere penge.

For det tredje ville man formentlig gerne give kanalerne en klarere identitet, således at lyttere, der søger en bestemt type program og især en bestemt type musik, ikke skal skifte kanal så ofte. DR er ved at tage konsekvensen af at moderne radiolytning – især for lyttere til det nuværende P2 og P3 – i det meste af tiden er en slags baggrundstæppe for andre aktiviteter, hvor musikstilen er mere afgørende for kanalvalget end programmerens øvrige indhold (ordene).

Intet nyt på P2-musik

For musikken på P2 fik disse ændringer ikke de store konsekvenser. Vores samtale med souchefen Bent-Erik Rasmussen, der samtidig har musikken som særligt ansvarsområde, drejer sig derfor mere om genrelle musikpolitiske emner: Hvem skal bestemme? Hvem skal radioen tage hensyn til? Hvilke styringsredskaber har man udover tilfældige reaktioner på gaden? Hvilken vægt skal kanalen lægge på henholdsvis reaktioner fra radioledelsen, fra anmeldere, fra politikere – reaktioner i form af læserbreve og lyttertal eller brugerreaktioner i øvrigt.

P3 lægges om

For P3 var der tale om en radikal omlægning med store konsekvenser for medarbejderne. Der blev i december 91 ansat en ny chef for aften- og natfladen, nemlig Torben Bille, der samtidig skulle være musikansvarlig for hele kanalen. Der blev endvidere ansat 10 nye og yngre programværter ud af en samlet stab på i dag ca 40. Herved ønskede man at komme tættere på den nye målgruppe (de 13 – 40 årige) og samtidig satte den nye ledelse en proces igang, hvis formål

var at undersøge hvad der faktisk blev spillet i P3 og formulere hvad man gerne ville satse på.

Anvendt medieforskning

I denne forandringsproces har man ligesom på P2 skullet forholde sig til medarbejdernes vaner og organisationens kultur. Man har begge steder i en vis grad kunnet støtte sig til medieforskningen, men på to forskellige måder: P3 har så høje lyttertal at frekvensanalyserne (næsetællingerne) – især når der sker ændringer i form af et ændret programkoncept – giver en god vejledning for redaktionerne, idet man så kan se ændringer i tallene som udtryk for et kvalitativt valg hos lytterne. For P2 spiller frekvensanalyserne ikke den samme rolle, da lyttertallene i de foreliggende frekvensanalyser er så lave, at de ikke med statistisk signifikans kan brydes op i køn, alder, erhverv etc. Dvs. at frekvensanalyserne (og andre foreliggende undersøgelser) først og fremmest bruges til at *tidsplacere* de enkelte programtyper: Hvor i døgnet har mediet bedst adgang til bestemte potentielle lyttergrupper.

Begge kanaler er enige om, at de ønsker flere kvalitative analyser af lytternes reaktioner og præferencer. Radio er et ensomt medie siger begge cheferne. Det er svært at komme i en systematisk dialog med lytterne. I planlægningsfasen spiller egen intuition baseret på kendskab til musik og musiklivet – den såkaldte professionalisme – derfor en stor rolle. P2 har haft gode erfaringer med kvalitative analyser af udvalgte kernelytters vurderinger, både pr. postsendt skema og ved personlige interviews. P3 har i en særlig musikprofilgruppe lavet en genremodel med 10 hovedgenrer og en række nøglekategorier: Nationalitet, indspilningsalder mv., men som noget nyt baseret på sangtitler og ikke på de enkelte kunstnere. Genre- og stilblanding er i dag udbredt hos mange kunstnere og det nytter derfor ikke at karakterisere et program alene ud fra de medvirkende kunstnere.

Playlists og kulturpolitik

P3 har derudover et særligt problem med *hits* og meget populære numre, idet den enkelte programmedarbejder hidtil næsten suverænt har kunnet spille de plader hun ville. Resultatet har været gentagelser op til flere gange dagligt af både nye hitnumre og sange som Søren Banjomus til jul. Modtrækket mod en sådan utilsigtet gentagelse af bestemte numre og dermed indirekte udelukkelse af andre hedder *playlists*. De bruges først og fremmest af kommercielle radioer, der vil sikre at bestemte hits kommer passende tit og sikre at bestemte dele af fladen får en given stil.

P3 forsøger nu at bruge det delvis omvendt: Det skal sikre en bestemt stil, men samtidig muliggøre at nye ukendte numre får en chance ved at blive spillet flere gange i en afgrænset tidsperiode. Foreløbigt er arbejdet med playlists kun nået til enkelte programmer og medarbejderne skal vænne sig til det. Efter P3's planer skal playlists højst omfatte ca 30 % af musikken. Den øvrige del er styret via nogle generelle målsætninger for hele programfladen, formuleret som en bestemt procentsats danske produktioner, en procentsats ikke-engelsksprogede, en sats for oldies, etc.

Livsstilsanalyser

Danmarks Radio har i de senere år både på radio og TV brugt et nyt analyseredskab: De såkaldte *segmentanalyser*. Den udgave som DR har anvendt mest hedder ScanTrend og er en opdeling af befolkningen i 6 segmenter (grupper). Den er lavet af analysefirmaet dBY. AIM har en tilsvarende kaldet RISC, der findes i to udgaver med henholdsvis 16 og 5 segmenter. Princippet i alle tre er det samme: Man stiller et stort udsnit af befolkningen (ca 2500 personer) en række holdningsspørgsmål og sorterer dem herefter matematisk i homogene grupper. Man navngiver disse grupper (de traditionelle, de forandringspositive, materialisterne etc) og fortol-

ker sig frem til deres livsstil, f.eks. ved at koble disse data sammen med oplysninger om medieforbrug, politiske holdninger og kulturadfærd i øvrigt. Som det fremgår af Lars Ole Bondes artikel andetsteds i dette nummer, er der fra nogle af DRs medarbejdere formuleret skepsis eller ligefrem bekymring ved brug af livsstilsanalyser i programplanlægningen.

*

Vi har talt med Bent-Erik Rasmussen og Torben Bille hver for sig, den 26 maj 1992. Materialet er herefter redigeret sammen. En del af oplysningerne er skrevet ind i artiklens manchete og indledning. Begge har godkendt nedenstående præsentation af deres udtalelser. – Bent-Erik Rasmussen er souschef for P2 og musikansvarlig for P2-musik. Torben Bille er programredaktør for P3's aften- og natflade og musikansvarlig for hele P3.

Behovet for planlægning

Hvorfor kræves der planlægning af musikken i Danmarks Radio?

TORBEN BILLE: Der er en tradition her i DR, nemlig at musik er en hellig ko: Man har ansat nogle programmedarbejdere og deres ekspertise alene bestemmer den musik der spilles. Man har hyldet det princip, at så længe den enkelte medarbejder valgte efter sin ekspertise, sin erfaring, sine smagsløg, så ville det blive gode brede almentilgængelige programmer. I virkeligheden har man nok fået smallere programmer på den led. Og det er den udfordring vi står midt i lige nu: Hvordan får man vendt den tradition uden samtidig at så tvivl om medarbejdernes ekspertise.

Det er paradoksalt, at når vi styrer alt muligt andet, hvorfor skal det, som der er mest af, nemlig musik, så ikke styres? Vi tillader jo ikke journalistik at blive udsendt uforarbejdet, uden planlægning og redaktionel profil. At vi styrer de 30 procent journalistik bliver der ikke rejst indvendinger imod, men med

de 70 procent musik – der støder vi ind i en mur. Den mur der hedder »det plejede vi ikke at gøre!«. Traditionen har været – lidt fir-kantet sagt – at den enkelte medarbejder har et givent musikområde og sidder som garant for den bestemte type musik uden indblanding fra andre.

BENT-ERIK RASMUSSEN: Vores begrundelse for planlægning på P2 er måske næsten filosofisk. Hvis man ikke føler, man er i gang med en proces, så kan man lige så godt lukke foretagendet, og henvise til det nærmeste diskotek. Hvis ikke vi kan tilbyde andet end det statiske og det som folk selv har på pladehylden, så bliver DR et dødt foretagende. Hvis der skal være mening i at lave radio, så skal det være noget andet, end folk har eller lytter til i forvejen. Musiklivet udvikler sig hele tiden; man opfører ting på en anden måde osv. Der er hele tiden en proces i gang, og den proces skal vi afspejle og være en del af. Det er et luftigt begreb, man kan kalde *nutidighed*. Barokmusik er et godt eksempel. I dag spiller man ikke barokmusik som man gjorde for 20 år siden. Og man lytter også til den på en anden måde. Hvis vi ikke afspejlede alt det, var der noget galt.

Vil det sige, at Danmarks Radio efter jeres mening har en forpligtelse til at føre en »musikpolitik«?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Musiklivet og medieforbruget udvikler sig med drønende fart lige for øjeblikket. Derfor er forandring det konstante. Folks livsmønster ændrer sig. Man får flere og flere tilbud i medierne, og det betyder, at man fordyber sig mindre. På mediesiden nok først og fremmest via TV. Loyaliteten i forhold til det enkelte tilbud, den enkelte kanal biver mindre. Derved bliver radio en anden faktor i den enkeltes liv. Men overfor lytternes præferencer står jo også vores public service forpligtelse. På den ene side kan du sige som lytter »jeg vil bare have god musik i pæne indspilninger!«, men der er fx også en slags »fødekæde« til den levende musik, som vi ikke vil afbryde.... Vi

skal kunne tilbyde et bredt kulturbillede, hvor vi afspejler i princippet det hele. Selvfølgelig med en vis udvælgelse og på vist niveau, men der må ikke være sider af musiklivet som ikke er afspejlet hos os.

Radioens nye funktioner kan illustreres med to begreber: Brugsradio og temaradio. *Brugsradioen* er radio brugt som en ting i hjemmet, der kan noget bestemt på bestemte tidspunkter. For vores vedkommende: Afslapningsmusik, baggrundsmusik. Radioen indgår i den enkeltes døgnrytme. Der er f.eks. bestemte ting man næppe skal spille om morgenen. *Temaradio* er den gammeldags lytning, den koncentrerede fordybelse: Man vil have noget bestemt at vide, have en bestemt slags musikalsk oplevelse. Det er radioen brugt som kommunikationsmedie for viden og oplevelser. Noget der måske ikke formidles via andre medier, fordi det specifikt er radio i selve sin formidlingsform. Vi taler også om lyttemusik overfor brugsmusik, uden at indføre en klasseforskel mellem disse typer. Selv om det ikke kan skjules, at de fleste af medarbejderne helst vil lave temaradio. Der er simpelthen en større udfordring i at lave det. Men der sker jo også en udvikling her: Det der var temaradio for 10 år siden kan være brugsradio i dag. F.eks. var Stravinsky engang meget avanceret og ubærlig for mange. I dag er han en klassiker.

TORBEN BILLE: P3 spiller nu moderne pop og rockmusik, men vi vil fremover i højere grad end tidligere samtidig søge randområderne. I højere grad søge at pirre lytteren. Gå efter det uforudsigelige. Det er så en meget bred definition. Og den passer jo ikke helt, for vi vil også gerne spille noget der er populært. Det vil sige hits og oldies men vi ønsker også at spille noget som lytterne ikke havde troet de kunne li. Jeg glæder mig til at lave nogle eksperimenter med de playlists vi planlægger at anvende på en del af fladen. Vi kunne f.eks. tage en plade hvor vi egentlig ville sige: »Det går ikke. Det er for svært. Det er for væmmeligt«. Og så se hvad der sker, hvis vi giver den chance for at

blive spillet mere end den ene gang, som den normalt ville blive spillet. Af den medarbejder, som lige præcis har det randområde indenfor musiklivet.

P3's musikpolitik er altså en slags smuglervirksomhed?

TORBEN BILLE: Jeg vil hellere kalde det en underminering af folks faste fordomme. Hvis vi kun spiller *Manic Street Preachers*, så har vi et problem, som arbejdsplads og som public service virksomhed. Vi må udnytte at vi er befriet fra det åg, at vi skal have så og så mange lyttere for at overleve. Vi kan sørge for at det smalle ikke bliver trængt ud i grøftekanten. Vi er ikke i den situation, at vores musikvalg i første omgang er til for at tækkes annoncørerne, hvad der jo er lokalradioernes primære opgave....

Men I vil vel også have højere lyttertal?

TORBEN BILLE: Jo, men vi er ligeglade med annoncørerne.... Når vi skal i gang med at lave playlists, vil vi lægge en rimelig andel kulturpolitik i dem. Så sikrer vi os, at de plader, som vi ikke tror ville kunne klare sig selv, men som vi godt vil give lytteren mulighed for at opdage – dem hjælper vi på vej. Pladeselskaberne kan så bagefter fortælle os, at hende eller ham, der kun solgte 300 eksemplarer i forsalg, måske nu er oppe på 14-15-16.000. Og det er jo en tilfredsstillelse for os. Ikke af hensyn til pladeselskaberne. Dem kan vi være ligeglade med. Men det, at vi har haft en mulighed for at »brea« get ny musik er vigtigt for os....

Vi har haft mange diskussioner om hvorvidt vi har en særlig forpligtelse overfor det danske. Og der er vi så endt med, at det har vi selvfølgelig. Men omvendt mener vi ikke, at vi har en forpligtelse – i så udpræget grad – overfor det dansksprogede, at vi vil lave særlige kvoter for det. For der mener vi også, at det er vigtigt at være realister. Hvis vi fx siger, at 35 procent af musikken i P3 skal være danskproduceret – så kunne man godt

gå ind og sige: »Jamen hov! Har man ikke en forpligtelse for det danske *sprog*? Og skulle det så ikke afspejle sig i den procentsats? Hvis man gjorde det, ville det få konsekvenser for vores andre parametre, fordi vi bl.a. ønsker at et godt stykke over halvdelen af vores musik skal være ny, fordi vi er en nyhedsorienteret kanal – og her har vi et problem! For så meget ny, dansksproget musik findes der ikke... for tiden

Hvad sker der hvis man ikke planlægger musikken?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Blandt andet kan det, man laver, blive så forudsigteligt, at man mister lyttere. Det er en balance, som man fx overskrider på en tysk kanal, hvor man tilbyder alle de »gode« sats fra de store klassiske værker; alt det folk siger, de godt kan lide. Det burde jo være optimalt overfor lytterne – man får alt flødeskummet. Men man kan også bliver træt af flødeskum! Man skal putte nogle vitaminer i programmerne, der gør, at de holder sig i live. Folk skal opleve, at P2 er en levende kanal.

TORBEN BILLE: En af bevæggrundene til, at vi vil styre musikken, er, at vi har utrolig svært ved at håndtere, når der kommer hits. Så spiller alle medarbejdere hit'ene. *Human Touch* med Bruce Springsteen blev jo spillet til ulidelighed. Og så får vi i virkeligheden en skjult playlist, som pladeselskaberne bestemmer indirekte. Musikpolitisk set går det ikke og pladerne får en al for kort levetid i radioen.

Desuden vil vi godt se os selv som en kulturkanal. Popmusikken er også kulturbærer, og for os er kultur ikke noget, som Program 1 og 2 har patent på. Vi vil gerne have høje lyttertal, men vi vil også have *holdbare* lyttertal. Det får vi kun ved at forene en vis imødekommelse af lytternes ønsker om populære ting med en stadig forandring og en afsøgning af nye områder i verdens totale musikliv.

En bevidst brug af playlists kan gribe ind i

pladeselskabernes udgivelsespolitik, og det har vi gjort et par gange. Vi har »valgt« en single før de har valgt én. Og sagt »Den her skæring fra en ny CD spiller vi s'gu!«. Og har hermed skabt et andet hit end selskabet selv via sin lancering. Og det en helt anden måde at styre musikken på end f.eks. lokalradioerne gør det.

Men hvilke krav stilles der til planlægningen af musik – hvilke grupper skal der tages hensyn til?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Man oplever ikke på en avis, at det er finere at lave udenrigsstof end kulturstof. I vores sammenhæng derimod, kan man ikke udelukke, at der indsniger sig en vis niveaudeling i medarbejdernes opfattelse af det at lave radio. Tema-radio er noget, man selv skaber, i modsætning til brugsradio. Brugsradioen laves på brugernes præmisser, men i temaradioen føler medarbejderne, at de får sig selv med ind. Det er noget, man skaber – det er sammenhænge, man selv udtænker og finder på.

Vi kan »slå op« i vores hukommelse, i vores holdninger, eller i vores papirer, og finde glemte hjørner af musiklivet. Vi skal sørge for, at musiklivet får en passende afspejling. Vi skal sørge for, at den levende musik indgår i folks bevidsthed.

Hvis vi tre gange i træk oplever, at vores koncertvirksomhed bliver meget negativt anmeldt – så er det et problem. Vi forvalter en temmelig stor del af ressourcerne i det danske musikliv, og hvis omverdenen reagerer ved at sige, at det er noget bras, så er der et misforhold. Så må vi enten prøve at påvirke kritikerne til at anmelde os ordentligt – hvis vi stadigvæk mener, vi laver gode ting. Eller også så må vi lave vores ting om.

Men skal I så ikke differentiere mellem de forskellige former for tilbagemelding?

BENT-ERIK RASMUSSEN: – Jo, vi har ikke det samme tilbagemeldeapparat på hele pro-

duktionen. Vi har fx. løbende tilbagemelding på vores koncertvirksomhed. Den bliver anmeldt – og heldigvis af flere aviser. Det giver bredde. Men det tilbagemeldeapparat har vi ikke på udsendelser. Så vores »sensoriske apparat« er meget forskelligt på forskellige områder. Vi har ikke en generel holdning til, hvordan vi bruger det. Men der er forskellige fora, der betyder noget for os; fx. den bestyrelseskonference, der lige har været afholdt. Vi vil gerne vide, hvordan bestyrelsen forholder sig til vores virke...

Gælder det samme for P3?

TORBEN BILLE: Vi får også meldinger fra mange slags folk... både lyttere, venner og bekendte, og pladeselskaberne... Lyttertallene er vores oplagstal. Men så har vi jo nogle interne parametre, som handler om arbejdsmiljø. Som handler om, at vi til hver en tid har en musikpolitik, der ikke er nogen permanent størrelse.

Flere steder i DR har man i programplanlægningen arbejdet med en opdeling af befolkningen i segmenter efter livsstil og kulturvaner. Er det et planlægningsredskab I kan bruge?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Erfaringen på P2 er både gode og dårlige. De giver en mere kvalificeret debat på ledelsesniveau om »hvad er det vi laver?« De er dårlige, fordi de ofte er så komplicerede, at vi ikke kan være sikre på at vi allesammen snakker om det samme. Vi kan ikke på et givet tidspunkt udelukkende henvende os til et bestemt segment. Vi opererer mere med brede definitioner af hvormange lyttere er der på et givet tidspunkt. Døgnrytmeviden er vigtig. Men segmenter kan bruges til diskutere f.eks. hvad er det for et sprog vi kan eller skal bruge.

Enkelt medarbejdere har set det som et knæfald for reklamebranchens arbejdsmetoder. Ved at man overvejer om f.eks. denne plade kan accepteres af segment F?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Så snævert bruger vi dem ikke. Vi bruger dem til efterrationalisering, som planægningsinstrument.

TORBEN BILLE: Jeg hører til segmentskeptikerne. Jeg tror ikke at de mennesker eksisterer i virkeligheden. Jeg kender ikke nogen der er sådan.

Segmenterne som arbejdsmetode har ikke spillet den store rolle i omlægningen?

TORBEN BILLE: Jo måske overordnet. Men ikke i det daglige arbejde. Selve planlægningen af kanalprofilen skete før jeg blev ansat. Min personlige holdning er, at de mennesketyper måske ikke altid er i trit med det kultursyn vi arbejder med på vores kanal. De dage er jo talte hvor man kunne dele folk op efter om de gik til opera eller heavy metal. Nu gør de begge dele. De læser også både *Ekstra Bladet* og *Weekendavisen*. Det er noget som en del af forskningen har svært ved at forholde sig til.

Jeg vil hellere have – og det ved jeg medieforskningen arbejder på – at man lavede en grundig musikpreferenceundersøgelse. Altså en undersøgelse af hvilke musikformer – genrer, typer – som foretrækkes af forskellige grupper i befolkningen, delt op efter køn, alder, erhverv etc.

Hvilke kriterier indgår der når I skal vurdere, at »det går godt«?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Både af hensyn til lytterne og medarbejderne skal der være et mix af produktionsformer, programmer, programtyper og præsentationsformer. Sådan et mix kan man risikere bliver til den samme sammenkogte ret. Men det vi gør, er at isolere tingene i forskellige programtyper; ellers kunne vi nemt ende i en gråmeleret blanding, som stort set var den samme hele tiden.

Men er I ikke slemme til at gå ud med ting, der egentlig er mere til glæde for de ansatte end for lytterne?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Det sker måske mere på TV-siden end hos os på radioen. På den tekniske side, er vores interesse eksempelvis at levere et så »naturligt« produkt som muligt; hvor man ikke mærker teknikken. Mht programmedarbejderne, kommer der en anden ting ind. Hvis man ikke selv synes, det er interessant, spændende eller sjovt at lave noget – så er man heller ikke god til at formidle. Men redaktionsprocessen gør forhåbetlig, at egotripped ikke får lov til at florere.

Er både ledelse og medarbejdere interesserede i tilbagemeldinger?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Der er stor interesse, fordi radio er et temmelig ensomt medie. Det er ikke et, der normalt har de andre mediers bevågenhed. Vi får anmeldelser på koncerter, men ikke på radioprogrammer. Vi får ikke særlig meget omtale – det vil sige, at der er ikke meget feed-back normalt. Feed-back den skal vi selv skabe ved efterkritik, eller ved undersøgelser, eller ved paneldiskussioner, som vi selv arrangerer. Det er noget, vi i virkeligheden selv skal sørge for. Hvis vi ikke enten som ledere eller som institution sørger for, at der er en tilbagemelding, så kan det meget nemt blive et ensomt job at være programmedarbejder – hvor det er moster Anna, der sørger for tilbagemeldingen; eller konen og børnene. For de er de eneste, der fortæller, hvad der sker. Kollegerne har for travlt, og »på-gangen-tilbagemeldingen« er ikke god nok. Enten er den for sarkastisk eller for venlig – man kan ikke rigtig bruge den professionelt.

I 89 lavede vi i samarbejde med DRs medieforskning en kvalitativ analyse blandt en del af vore kernelyttere, nemlig de der læste lytterpladet *P2 Musik*. Vi fik meget at vide gennem den analyse og vil meget gerne have flere kvalitative analyser, men det er af forskellige grunde ikke blevet til mere.

Har medarbejderne ikke kontakter i musiklivet?

BENT-ERIK RASMUSSEN: Ikke noget, man kan basere vores arbejde på.

Men hvem tænker I så på, når I laver radio på P2?

BENT-ERIK RASMUSSEN: I første omgang tænker vi ikke på de andre. Når vi læser et negativt læserbrev, så tænker vi: »Har de ret, eller har de ikke ret?«. Hvis det, der bliver sagt, ikke er rigtigt, så går vi imod det. Og hvis det er rigtigt, giver vi folk ret. Og der tænker vi hverken på, hvad radiodirektøren eller generaldirektøren tænker. Men det ligger i vores underbevidsthed, at vores reaktioner i offentligheden skal være hensigtsmæssig. Vi skal hele tiden afveje, om noget kan afstedkomme yderligere problemer. Og her træder »den lille politiker« i kraft.

Som avislæser har man en forestilling om at DRs ledelse er ret følsom overfor offentlig kritik, – men det gælder måske mest TV?

TORBEN BILLE: Man kunne da godt nogen gange ønske at musik var lige så farligt som en mening. Og det kan musik da være. Men vi er stadigvæk midt i en proces hvor vi skal legitimere eller demonstrere, at det at vende en plade ikke bare er at vende en plade.

Henrik Dahl er adjunkt ved Handelshøjskolen i København og Jørgen Poulsen er lektor ved Roskilde Universitetscenter.

Balladen om musikken

– *profilen og segmenterne i Danmarks Radio*

Af Lars Ole Bonde

Lars Ole Bonde skrev i MedieKultur nr 15 (tema: radio) to artikler om DR og musikken. I den største af disse, der diskuterede hvorledes DR planlagde sin musik (DRs musik-»policy«), var der faldet et skema ud. Med udgangspunkt i dette skema der bringes øverst på næste side, samles der i nærværende artikel nogle tråde op og vi får Lars Oles Bondes kommentar til DRs seneste programstrukturomlægning pr. 1.1.92.

Spørgsmålet om hvorledes DR bruger lyttertal og såkaldte segmentanalyser belyses i det foranstående interview med to musikchefer i DR. Teknikken bag segment-metoden forklares nedenfor.

Siden 1.1.92 har »Den ny radio« været en realitet. Den »Nye ny« afløste den »Gamle ny« fra 1.1.89, som jeg skrev om i Mediekultur nr. 15. Det går indimellem stærkt i medieverdenen, selv i en tung institution som DR, – og på det år, der gik mellem at jeg skrev artiklen til MK15 og nummeret udkom, udviklede »Den ny radio« sig fra en spæd idé til 90ernes bærende koncept.

Her vil jeg ganske kort præsentere musikprofilerne i Den ny radio, og det vil jeg gøre med afsæt i et skema. De 6 fiktive koncert-/udsendelsesprogrammer illustrerer – med DRs Underholdningsorkester som udgangspunkt (jeg har justeret et oplæg, som jeg har lånt af Peter Harms Larsen) – flere af de bærende idéer i Den ny radio: Klar *profilering* af musikken på de enkelte kanaler, klar arbejdsdeling mellem Danmarkskanalen og P3, *segment-tænkning*.

Men før jeg kommer nærmere ind på disse idéers virkning i praksis må jeg nok præcisere baggrunden for Den ny radio. Det er kampen om *den 4. radiokanal*, det handler om. DR har lagt billet ind på den i flere år – og ønsket med den at splitte den nuværende Kanal 2 op i to: én for »opmærksomhedskrævende musik« (nu: P2Musik) og én for regionalradioerne og deres samarbejde (nu:

Danmarkskanalen). Men som kommunikationsminister Torben Rechendorff sagde til DR: Hvordan kan vi politikere vide, at DR har fortjent den 4. kanal, når de eksisterende 3 ikke udnyttes fuldt ud? – Et godt spørgsmål, som kun kunne besvares ved at fylde æteren på alle 3 kanaler fra morgen til midnat! Sådan!

DR benytter så lejligheden til at (prøve at) løse et par andre problemer: den manglende kontakt med unge lyttere (som er gået til nærradioerne) og det regionale udsendelses-samarbejde, som er forudsætningen for en »fuldtids-Danmarkskanal«.

Et af de vigtigste arbejdsredskaber for Den ny radios arkitekter har været Mediekonsulentfirmaet Scan-Trends såkaldte monitorundersøgelser, der operer med 6 (befolknings) *segmenter*.

Kig igen engang på de 6 koncertprogrammer nedenfor, så vil du få et indtryk af, hvad segmenterne ABCDEF interesserer sig for på den musikalske front. – Monitorundersøgelsessystemet forsøger at inddele befolkningen i overskuelige, klart profilerede grupper (demo- og sociografisk), dels efter adfærd, dels efter holdninger til tilværelsen. Svar fra 2000 mennesker udgør den empiriske basis for dette Informationssamfundets svar på