



## JB2900 1 Fordypningsoppgave

# Kandidat 103

Oppgaver	Oppgavetype	Vurdering	Status
<b>i</b> Informasjon	Dokument	Ikke vurdert	Lever
1 Besvarelse	Filopplasting	Manuell poengsum	Lever
2 Evt. vedlegg	Filopplasting	Manuell poengsum	Ikke lever
3 Evt. vedlegg	Filopplasting	Manuell poengsum	Ikke lever
4 Evt. vedlegg	Filopplasting	Manuell poengsum	Ikke lever

### JB2900 1 Fordypningsoppgave

Emnekode	JB2900	PDF opprettet	02.06.2017 12:21
Vurderingsform	JB2900	Opprettet av	Yan Hoffmann
Starttidspunkt:	26.05.2017 18:00	Antall sider	31
Sluttidspunkt:	02.06.2017 12:00	Oppgaver inkludert	Ja
Sensurfrist	201706230000	Skriv ut automatisk rettede	Nei

# Seksjon 1

## 1 OPPGAVE

### Besvarelse

Last opp besvarelsen din her:

*Last opp filen her. Maks én fil.*

BESVARELSE

#### Filopplasting

Filnavn	17119461_cand-6139370_17117467
Filtype	pdf
Filstørrelse	527.31 KB
Opplastingstid	01.06.2017 19:39:22



Neste side  
**Besvarelse vedlagt**

# Makten i slakten

Har musikkanmelderes makt blitt svekket etter at  
strømmetjenestene kom?



Kandidatnummer: 103

Bachelorstudium i journalistikk  
Høgskolen i Oslo og Akershus  
Våren 2017

---

# Innhold

1.0	Innledning.....	3
1.1	Førsteplass med terningkast 2.....	3
1.2	Problemstilling.....	4
2.0	Teori og bakgrunn.....	4
2.1	Terningkast i journalistikken.....	4
2.2	Terningens debut.....	5
2.3	Terningkastjournalistikk som sjanger.....	6
2.4	Strømming av musikk.....	7
2.5	Strømmingens påvirkning i musikkbransjen.....	9
2.6	Tidligere fordypningsoppgaver.....	9
3.0	Metode.....	10
3.1	Innsamling av data.....	10
3.2	Kvantitativ metode.....	11
3.3	Metodisk triangulering med kvalitativ metode.....	11
3.4	Validitet, reliabilitet og generalisering.....	13
3.5	Svakheter og begrensninger.....	13
4.0	Funn og drøfting av funn.....	15
4.1	Tabell 1.....	15
4.2	Terningkast sammenlignet med listeplassering.....	16
4.3	Strømmingens påvirkning i musikkjournalistikken.....	17
4.4	Det journalistiske idealet om relevans.....	18
4.5	Klikkjournalistikk påvirker hva som blir anmeldt.....	19
4.6	Klikkjournalistikken tillater ikke terningkast 3 og 4.....	20
4.7	Egne spalter.....	21
4.8	Musikkanmelderes rolle i dag.....	21
4.9	Har musikkanmeldere mistet makt?.....	22
5.0	Avslutning.....	23
5.1	Konklusjon.....	23
5.2	Videre forskning.....	24
6.0	Litteraturliste og vedlegg.....	25
6.1	Litteratur.....	25
6.2	Muntlige kilder.....	26
6.3	Vedlegg 1: Intervjuguide.....	27

---

# 1.0 Innledning

Under Bylarm i år ble det på en konferanse med Asbjørn Slettemark som ordstyrer diskutert hvem som er portvaktene i norsk musikkbransje i dag. Før lå mye makt hos platedirektørene og musikkannemelderne i landets store aviser, men Bylarm-panelet var enige om at en sekser i Aftenposten ikke har like mye å si for en artist nå som før. Det er i stedet mer populært å lytte til spillelister satt sammen av strømmetjenestene eller andre brukere, gjerne lister fulle av hitlåter. Folk konsumerer enorme mengder musikk gjennom disse hit-spillelistene.

Konklusjonen synes å være at det aller viktigste for en artist i dag, i alle fall innen popmusikk, er en radiolisting i tillegg til høye lyttertall på strømmetjenester som Spotify, Tidal og Soundcloud.

- Anna Melkild, musikkredaktør (*dusken.no*, 2016)

## 1.1 Førsteplass med terningkast 2

Etter at det norske stjerneskuddet Kyrre Gørvell-Dahl, med artistnavnet “Kygo”, slo gjennom som EDM-artist (Electronic Dance Music) i 2014, har han vært en av de mest suksessfulle norske artistene på verdensbasis. Etter bare ett år vant han “Årets spellemann 2015” og passerte hele én milliard strømminger på Spotify. Til tross for den massive suksessen har han ikke fått så gode tilbakemeldinger fra musikkanneldere her hjemme i Norge.

I februar 2017 gav han ut låten “It Ain’t Me” sammen med den amerikanske popartisten Selena Gomez. Etter bare én uke nådde de førsteplassen på VG-lista. Likevel fikk låten terningkast 2 av VG, Dagbladet og NRK P3.

Jeg er selv veldig opptatt av musikk og har sunget hele mitt liv. Jeg har fått inntrykk av at mange av de mest spilte poplåtene får dårlig omtalelse av anmeldere i pressen, men at de ikke tar noe skade av det siden de fortsatt er kjempepopulære blant publikum. Nå som de aller fleste musikklytterne bruker strømmetjenester til å høre på musikk, betaler man cirka 100 kroner for å høre ubegrenset på omtrent all musikk på markedet. Det er ved noen få tilfeller at artister ikke ønsker å støtte strømmetjenester som Spotify og holder musikken sin til iTunes (Musikkbutikken til Apple hvor lytterne må betale for hver låt eller hvert album på lik linje som en fysisk musikkbutikk). Strømmetjenester har med andre ord gitt publikum mulighet til å oppgi en egen mening om musikken uten å måtte betale for det.

Musikkannmeldelser har lenge vært forbrukerjournalistikk som har gitt publikum råd om produktet er verdt å kjøpe eller ikke. Terningkastet gir en kommersiell verdi fordi det er lett å lese, trekker oppmerksomhet og tar lite plass på en tettpakket nettside. Men nå som man ikke

trenger å betale for musikken på strømmetjenestene (bortsett fra abonnementet) kan fort terningkast 1 være like interessant å sjekke ut som terningkast 6, fordi man lurer på om det er så dårlig som anmelderen sier. Da blir det likevel én strømming til låten som fikk terningkast 1, på lik linnje som til låten som fikk terningkast 6.

### 1.2 Problemstilling

Har musikk anmeldere mistet makten etter at strømmetjenestene kom?

Har publikum bruk for musikk anmeldelser lenger hvis de likevel kan oppgi en egen mening uten å kjøpe produktet?

Slik det ser ut nå, vil vi egentlig behøve musikk anmeldere i pressen i fremtiden?

---

## 2.0 Teori og bakgrunn

### 2.1 Terningkast i journalistikken

Terningen er det mest pregnante symbol. Den er internasjonalt forståelig og tilgjengelig for folk flest. Den signaliserer vilkårlighet, men det er jo ikke poenget. Det er som en skolekarakter, en gradering på en skala. Men terningen alene er jo ikke vurderingen, den er bare oppsummeringen. I teksten må den begrunnes.

- *Yngve Kvistad, tidligere avdelingsleder i Rampelys-redaksjonen om hvorfor VG bruker terningkast (Hætta og Melby, 2001 s. 11)*

Dette er et sitat fra et intervju for 16 år siden og mye har endret seg siden den tid.

Undersøkelsen *Norsk mediebarometer* viser at nettavisene gradvis siden da har blitt et foretrukket medium fremfor papiraviser (Statistisk Sentralbyrå, 2017). Likevel er terningkast et flittig brukt verktøy. Det er ofte brukt av aviser når det er store forbrukertester av sesongvarer som juleøl, iskrem, julegrøt, pepperkakedeig og vin. Cecilie Wright Lund kaller terningkastet en maksimalt forkortet meningsytring og en bokstavelig talt slagferdig komprimering av budskapet, med liten vekt på begrunnelse (2005 s. 72-73).

I kapittelet "Terningkastjournalistikken" av Merete Agerbak-Jensen og Marit Higræff, i Thore Roksvolds "Avisjangerer over tid" fra 1997, har forfatterne intervjuet ulike kritikere om deres vurderinger av bruk av terningkastet. Jon Selås daværende i VG, Geir Salvesen i Aftenposten og Geir Rakvaag fra Arbeiderbladet (nåværende Dagsavisen) er alle samstemte om at terningkastjournalistikken er salgsmotivert. Produsentene bruker også terningkastet aktivt i annonser og markedsføring (Agerbak-Jensen og Higræff, 1997 s. 228). Et eksempel Agerbak-

Jensen og Higrav bruker i sitt kapittel er kjøttprodusenten Leiv Vidar, som kjørte rundt med sekser-terningen på varebilene, så alle kunne se at de vant den store pølsetesten i VG.

Vinanmelder Geir Salvesen sier at terningkastet er nyttig for kommunikasjon med leserne, mens Geir Rakvaag siteres på at terningkast er spesielt egnet for å selge førstesider (Agerbak-Jensen og Higrav, 1997 s. 232). Disse intervjuene ble gjort i 1997, noe som er 20 år siden. Likevel er terningkastet hyppig brukt på alle temaene innenfor forbrukerjournalistikken disse anmelderne snakker på vegne av, den dag i dag. Det er fordi at dagens nettaviser lager forsider som skal generere klikk, på samme måte som de lager forsider på papiravisene for å generere salg.

## 2.2 Terningens debut

Ifølge Yngve Eknes' masteroppgave "Terningkast syv!" debuterte terningen i VG 31. mars 1952, samme dag som avisen gikk over til å bli middagsavis (2005 s. 18). En av grunnene til at VG endret utgivelsestidspunkt var på grunn av dårlig økonomi, og ved å gi ut avisen på dagen ville det skape mindre konkurranse ettersom det ikke var vanlig med middagsaviser på den tiden (Eknes 2005 s. 18).

Etter andre verdenskrig var det mangel på ressurser i Norge og 1. mai 1948 satte Stortinget i gang en landsdekkende papirrasjonering hvor alle publikasjoner var nødt å kutte i papirbruk (Stortinget 1948 s. 949). Da VG gikk over til å bli middagsavis i 1952 var et av satsningsområdene at journalistene skulle skrive kortere og mer presist for å spare papir (Eknes 2005 s. 20). Dette var samtidig som papirrasjoneringen var i ferd med å oppheves, men VG fortsatte med det fordi de selv hadde dårlig økonomi og så en mulighet til å spare penger på det (Eknes 2005 s. 20).

Det var Arne Skouen som kom på ideen med å bruke terningkast på 50-tallet. Han prøvde først å selge inn ideen til Dagbladet hvor han fikk dårlig respons. VG derimot likte det godt, fordi de ønsket å satse mer på underholdning og forbrukerstoff da avisen ble middagsavis (Eknes 2005 s. 20).

*Skouen hadde hentet inspirasjon til nyskapningen fra amerikansk presse under krigen, blant annet fra avisen The New York Daily News, som helt siden 1920 hadde gitt kinofilmer karakterer fra en til fem stjerner (Eknes 2005 s. 21). Med "nyskapningen" menes terning som*

visuelt virkemiddel. Det var bare Arne Skouen som brukte terningkast i sine filmanmeldelser frem til det ble systematisk brukt i 1963 av sportssidene i VG for å rangere spilleres prestasjoner etter for eksempel en fotballkamp (Agerbak-Jensen og Higravf, 1997 s. 224).

Bruken av terningkast ekspanderte ikke før 10. januar 1981 da VG lanserte VG Rampelys. For første gang ble terningen tatt i bruk på kultursidene utover filmanmeldelsene. Det gjaldt først og fremst musikk og andre kulturelle uttrykk, men også forbrukertester og annet ble stadig oftere ledsaget av en terning. På samme tid passerte VG Aftenposten i flest opplagstall og ble Norges største avis (Eknes 2005 s. 24).

2. juni 1991 hadde Dagbladet sitt første terningkast på trykk. Det ble brukt som et vurderingsverktøy av musikk, selv om de tidligere hadde brukt et system med én til fem stjerner (Eknes 2005 s. 24). Å innføre terningkast i Dagbladet skjedde til tross for at Dagbladets redaksjon hadde kritisert VG over lengre tid for sin kyniske og overfladiske kulturjournalistikk (Hætta og Melby 2001 s. 8). Etter at Dagbladet publiserte sitt første terningkast ble det mye diskusjon fordi redaksjonen i VG følte at dette var deres hjertebarn (2005 s. 25).

*I 2002 innførte Aftenposten terningkast, til tross for tidligere forsikringer om at terningkast ikke ville bli innført på annet enn konkrete størrelser som mat og vin, blant annet fordi terningkast lett kan føre til tabloidisering av saker og mennesker (Wright Lund 2005 s. 72).*

Likevel blir det i dag brukt på mange områder av forbruker- og kulturjournalistikken som filmer og musikk (Agerbak-Jensen og Higravf 1997 s. 226). I dag brukes det en rangering fra én til seks stjerner på anmeldelser som ligner det Dagbladet brukte før de gikk over til terningkast.

### **2.3 Terningkastjournalistikk som sjanger**

Nils E. Øy bruker et eget sjangerskjema i sitt artikkelhefte "Genrer i journalistikken" som er referert i "Avis sjangerer over tid". Sjangerskjemaet presenterer fellestrekk mellom rangering og anmeldelse. Han mener at rangering bør få status som egen journalistisk sjanger fordi det stilles krav til skrivekunsten i det øyeblikket journalisten skal tolke og forklare rangeringslisten (Agerbak-Jensen og Higravf 1997 s. 230). Agerbak-Jensen og Higravf trekker dette argumentet frem i sin tekst og argumenterer for at dette også bør gjelde for terningkastjournalistikken ettersom terningkastet ledsager både anmeldelser og rangeringer.



I intervjuet Agerbak-Jensen og Higrav har gjort med forskjellige anmeldere, påpeker filmanmelder Jon Selås at terningkastet har gått fra å være supplement til anmeldelsene til å bli hovedmønsteret.

Målet er blitt at leserne med en gang skal forstå hva du mener om produktet. Det skal ikke herske tvil. Så kan man heller utfylle konklusjonen senere i saken. Resultatet av denne utviklingen blir at anmelderne må ta stilling til det de kritiserer på en annen måte, konkluderer Arbeiderbladets musikkansmelder Geir Rakvaag (Agerbak-Jensen og Higrav, 1997 s. 233).

#### **2.4 Strømming av musikk**

Strømming, eller “streaming” som er det engelske ordet som blir mye brukt på norsk, har sitt opphav blant de ukjente musikerne som ønsket eksponering. Det begynte i 1993 med noe som het Internet Underground Music Archive (IUMA) som ble laget for at ukjent band og artister kunne dele sin musikk og tilby fri nedlastning. På den måten kunne man skaffe eksponering som er viktig for nylig oppstartede og ukjente musikkaktører (Gil 2016). Etter det kom det flere lignende konsepter. Mest kjent var Napster som kom i 1999. Den ble kjent som den raskest voksende bedriften noensinne og har fortsatt ikke blitt slått av Google og Facebook (Evren 2015). Likevel ble Napster lagt ned etter bare to år, fordi det ble flere rettsaker mot bedriften. Det var som følge av at bedriften manglet opphavsrett til mye av musikken. Rett etter bedriften ble lagt ned ble MusicNet startet opp. Dette var abonnementsbasert tilgang på musikk som ligner de strømmetjenestene vi har i dag. På den tiden var at veldig mange artister og band boikottet MusicNet fordi de fikk så lite betalt for å ha musikken sin der.

Siden den gang har det vært flere slike typer plattformer som bruker algoritmer til å hjelpe brukeren å finne musikk man liker. MySpace kom i 2003 hvor man kunne legge ut alt av videoer og musikk, men konseptet ble mer brukt som et nettsamfunn helt til Facebook kom og tok over den rollen. Pandora Music i USA kom i 2005 og brukte algoritmer til å skreddersy radiokanaler for brukeren, SoundCloud kom i desember 2007 og ble et nytt sted som lignet MySpace bare med mer fokus på gratis musikk. Der kunne man gi ut sin egen musikk som artist uten å måtte ha et plateselskap i ryggen. Samtidig ble det en møteplass hvor fans og artister kunne kommunisere. Litt tidligere i 2007 introduserte bandet Radiohead en ny modell for distribuering av musikk på nett med deres syvende album. Det gikk ut på å betale for det du ville, ved at man kunne kjøpe akkurat de låtene man ville ha, selv om det var et helt album. Gjennom hele denne perioden fantes også Apple sin musikkdistributør iTunes Store som kom i 2006, men var kun for brukere med Apple-produkter.

Strømmetjenesten Spotify kom i 2008. Det Spotify gjorde annerledes var å ha samme tilgjengelighet som plattformene som distribuerte musikk gratis, men ved å betale artistene, komponistene og plateselskapene totalt 0,006 kroner for hver gang en av deres låter ble strømmet. I tillegg hadde de tilgang til omtrent all slags musikk. Dette er også grunnen til at mange artister og komponister er imot strømmetjenestene fordi de ikke får like mye penger for musikken som ved vanlig distribusjon. Dette er stor forskjell fra iTunes hvor kunden betaler rundt 12 kroner for å laste ned låten og en større andel av fortjeneste går til opphavsmannen. Når man abonnerer på Spotify så betaler man rundt 100 kr i måneden til selskapet for å kunne strømme hva slags musikk man vil helt lovlig. Det har også ført til at store artister tjener mer på musikken sin fordi de er populære, mens ukjente artister nesten ikke tjener noen ting. Hvis en person som er stor fan av en artist hører på låten hundrevis av ganger og artisten tjener 0,06 kroner per avspilling, så vil artisten kanskje tjene mer enn om personen kjøpte låten én gang for 12 kroner. På den måten kan det strømmetjenestene lønne seg for de mest populære artistene med flere millioner strømminger per låt de gir ut. Strømmetjenestene har derfor skapt en stor omorganisering i musikkbransjen fordi strømming har blitt et mer brukt alternativ enn vanlig distribusjon.

Høsten 2015 intervjuet jeg komponisten Tore W. Aas som har skrevet den kjente julesangen "En stjerne skinner i natt". Han har lagd musikk i mange tiår og er lite begeistret for at strømmetjenester har blitt så populært. *"I fjor (2014) ble «En stjerne skinner i natt» streamet 3 millioner ganger. Det fikk jeg 2750 kroner for, sier låtskriver Aas. Han mener streaming er det verste som har skjedd komponister i vår samtid" (Journalen, 2015).*

Gjennom alle disse årene med forskjellige plattformer har det hele tiden foregått ulovlig nedlastning av musikk på nett. Dette har lenge vært et problem for opphavsmenn, ettersom de ikke får betalt for det de har lagd. Det strømmetjenestene gjorde var å inngå et kompromiss hvor man kunne få samme tilgang på musikken, bare mot betaling av et abonnement. Selv om mange store artister er negative til strømmetjenestene, er det likevel "bedre" enn at publikum går tilbake til ulovlig nedlastning, har ledelsen i Spotify tidligere uttalt (Evren, 2015). Likevel har Spotify også konkurrenter som har klart å bygge seg opp det siste året. Tidal ble startet av det norske selskapet Aspiro AB som senere ble solgt til rapperen Jay-Z. I tillegg kom Apple på banen i 2015 og lanserte Apple Music som er deres form for abonnementsbasert strømmetjeneste av musikk. Denne konkurransen har gjort at store

verdenskjente artister som Beyoncé og Taylor Swift har inngått avtaler med strømmetjenestene om å kun ha musikken sin tilgjengelig på én av plattformene, fordi de har så store grupper av tilhengere at det kan påvirke publikummet sitt til å benytte seg av deres valgte strømmetjeneste. I tillegg til Tidal er også Google Play et alternativ med mange abonnementer.

### **2.5 Strømmingens påvirkning i musikkbransjen**

Bare det siste året har flere artister gått fra å gi ut album til å gi ut enkeltlåter med hyppigere mellomrom og samle det hele til et slags album. Et eksempel er Karpe Diem som gav ut prosjektet "Heisann Montebello" som er en samling av sju låter som ble gitt ut fra 20. november 2015 til 29. August 2016. Det gjorde at de historisk nok ble nominert til Spellemann både i 2015 og 2016 for samme album. Den norske popartisten Gabrielle som tok en pause fra rampelyset i 2016, kom tilbake i 2017 ved å gi ut én ny låt hver siste fredag i måneden og har det som prosjekt frem til sommerens festivalsesong. Den amerikanske popartisten John Mayer har med få unntak gitt ut fullstendige album hele sin karriere, men har valgt i sitt siste prosjekt å gi ut fire låter hver siste fredag i måneden siden januar. Selv har han uttalt på sosiale medier at det er på grunn av at han behøvde mer tid til å fullføre albumet.

Slike hyppige utgivelser kan gjøre det vanskeligere for musikk anmeldere å gi en anmeldelse av et helt verk som et album, uten at det virker uaktuelt ettersom publikum allerede har hørt alt når siste låten kommer ut. Det vil kreve at musikkjournalistene må lage flere låtanmeldelser hvis man skal klare å opprettholde en forbrukerjournalistikk som skal holde følge med musikkbevegelsen.

### **2.6 Tidligere fordypningsoppgaver om terningkast**

Kenneth Hætta og Svend Are Melby skrev i 2001 om bruk av terningkast i VG og Dagbladets plateanmeldelser i sin semesteroppgave "Tilfeldighetens spill?". Der kom de frem til at VG velger i hovedsak ut de platene som flest mulig vil ha interesse for og gir ofte terningkast 4, mens Dagbladets anmeldere velger album de liker selv og gir derfor oftest terningkast 5. I oppgaven konkluderer de med at anmeldelser ikke betyr så mye for publikum, men mer for artisten/bandet og deres markedsføring. I 2004 skrev Alexander Nyhagen og Jan Ove Kjøndal en komparativ analyse av bok- og plateanmeldelser i Dagbladet som het "På god grunn?". De fant ut at Dagbladet skriver mer analyserte bokanmeldelser enn plateanmeldelser. Plateanmeldelsene er ofte er korte og har terningkast. Selv om disse oppgavene er ganske

gamle og ingen tar opp strømmetjenester, så har jeg hatt deres resultater i bakhodet når jeg har gjort min undersøkelse.

---

## 3.0 Metode

I denne undersøkelsen tas det utgangspunkt i eksempelet med låten “It Ain’t Me” av Kygo og Selena Gomez, som var på førsteplass i uke 8 med terningkast 2 i Dagbladet, VG og NRK P3. Derfor brukes uke 8 i målingene fra de tidligere årene fordi det var denne uka låten var på førsteplass på VG-lista.

### 3.1 Innsamling av data

Mediehusene som er tatt med i undersøkelsen er VG, Dagbladet, Aftenposten. VG var avisen som startet med terningkast og som bruker det mest i sin journalistikk. Dagbladet regnes tradisjonelt sett som en viktig kulturavis og bruker terningkast. Selv om Aftenposten ikke har terningkast, så har avisen mye musikk anmeldelser og bruker et poengsystem som består av seks stjerner. Derfor vil det være enkelt å ta disse anmeldelsene med i undersøkelsen, siden det egentlig er akkurat den samme rangeringen. Det ble vurdert å la undersøkelsen inkludere P3 Musikk i NRK ettersom de har publisert veldig mange låtanmeldelser de siste årene. Det som gjorde at NRK ikke ble med i undersøkelsen, var at det bare var et terningkast blant låtene på topp 10 på VG-lista i uke 8 2017, så det gav ikke så mye materiale til undersøkelsen. I tillegg var det ingen i NRK P3 som kunne stille til intervju, noe som gjorde at avgjørelsen falt på å ikke inkludere de i undersøkelsen.

Undersøkelsen starter i 2001. Det var rett før terningkastene var tilgjengelige i artiklene fra nettavisene Dagbladet og VG i Atekst. Atekst er en database i Retriever Arkiv hvor man kan søke i alt av publikasjoner. Etter år 2001 fortsetter undersøkelsen med 2006, 2011 og 2016 som er hvert femte år. Likevel ble året 2017 tatt med i undersøkelsen for å få med Kygo-eksempelet som er blitt presentert tidligere i oppgaven. Strømmetjenesten Spotify kom i 2008 og det var da det ble vanlig for folk å bruke strømmetjenester. Det er også grunnen til at det er fem års mellomrom i undersøkelsen for å finne eksempler fra tiden før og etter det var vanlig å bruke ulike strømmetjenester.

### 3.2 Kvantitativ metode

For å undersøke om det er mindre samsvar mellom terningkast og listeplassering etter 2008 var planen å gjøre en bivariat analyse. Det er en type kvantitativ analyse som måler sammenhengen mellom to variabler (Østbye mfl. 2011 s. 177). Det endte med en form for tabellanalyse ettersom materialet er for lite til å kunne lage statistikk. Likevel er det problematisk fordi hvis man skal gjøre en skikkelig tabellanalyse må man ha mye mer materiale enn det som var mulig å hente fra bare én uke per år. Men ved hjelp av tabellen fra disse årene så kan det være at man kan se en tendens. Mangel på nok materiale går også ut over validiteten i den kvantitative undersøkelsen fordi det er for få tilfeller til å trekke en konklusjon til problemstillingen kun basert på de tallene. Derfor kan man heller si at det har blitt samlet relevant materiale som er kodet. Ved hjelp av materialet skal to faktorer sammenlignes, terningkast og listeplassering, fremfor å gjøre en bivariat analyse. Validiteten i undersøkelsen har å si i hvilken grad design og operasjonaliseringer gir relevant innsikt i den overordnede problemstillingen (Østbye mfl. 2011 s. 124). Materialet er for lite til å kunne gi svar på om strømmetjenestene har svekket makten til musikkannmeldere. Det gjør også at det er for lite tall til å kunne gjøre en valid undersøkelse.

### 3.3 Metodisk triangulering med kvalitativ metode

For å styrke validiteten i denne analysen har er det gjort kvalitative semistrukturerte intervjuer med musikkannmeldere i mediehusene som er med i den kvantitative undersøkelsen. På den måten kan man få tilgang til informasjon som det ellers ville vært vanskelig å få tilgang til (Østbye mfl. 2011 s. 103). Østbye skriver i *Metodebok for mediefag* at det å forsøke å kompensere for svakheter ved én metode ved å bruke også andre metodiske tilnærminger, kan innebære kombinasjonen av kvalitative og kvantitative metoder (2011 s. 126). Dette kalles metodisk triangulering og det er noe som er blitt brukt i denne undersøkelsen. Siden det er for lite materiale svekker dette oppgavens validitet i utgangspunktet. Derfor ble det valgt å supplere med kvalitative intervjuer i håp om å kunne svare på problemstillingen på best mulig måte, og derfor øke funnenes validitet. I tillegg har jeg brukt kvalitative intervjuer fordi Østbye skriver at det er noe en bør gjøre dersom en vil bekrefte eller avkrefte tendenser i den kvantitative analysen (2011 s. 103). Intervjuene som er gjort er kvalitative semistrukturerte intervjuer, med en intervjuguide som utgangspunkt. Samtidig som man har et utgangspunkt å forholde seg til i guiden, er denne type intervju veldig fleksibel for oppfølgingsspørsmål (Østbye mfl. 2011 s. 105). Fleksibilitet er viktig ettersom problemstillingen i oppgaven stiller spørsmål om makten til musikkannmeldere og kan være litt provoserende for en

musikkanmelder å bli spurt om, ettersom jobben kan være en viktig del av livet til vedkommende. Slik er det lettere å se an intervju situasjonen og bestemme hvordan man skal formulere spørsmålet på riktig måte der og da.

Det er lite kvinner med lang fartstid som musikkanmeldere i norsk presse og de som ble kontaktet har ikke svart eller ikke hatt tid til å stille til intervju. Derfor er det blitt intervjuet tre menn fra forskjellige redaksjoner:

Sandeep Singh har i løpet av sin karriere vært innom flere mediehus. Han begynte i NRK, senere ble han musikkansvarlig i Dagbladet og jobber i dag frilans som musikkanmelder for VG og har gjort det siden 2011.

Kim Klev er bare 24 år men har blitt en kjent musikkanmelder på kort tid. Han jobber i dag frilans for Dagbladet som musikkanmelder og har gjort det i to år.

Asbjørn Slettemark har jobbet som musikkanmelder i 25 år og er en veldig kjent profil i norsk musikkjournalistikk. Bak seg har han ti år som anmelder i Bergens Tidende, så i NRK P3 og Lydverket, Absolutt Underholdning på TV 2 og de siste årene har han jobbet frilans for Aftenposten.

Siden dette er en fordypningsoppgave med begrenset plass, så er det bare intervjuet tre journalister. Likevel er dette tre kompetente kilder som vil gi mest og best informasjon. Denne typen utvelgelse av kilder kalles strategisk utvelgelse. En svakhet ved strategisk utvelgelse er at man ikke alltid kan vurdere hva som er viktig og mindre viktig, før man har gått gjennom et stort materiale (Østbye mfl. 2011 s. 49). Likevel er dette et godt strategisk utvalg fordi Asbjørn Slettemark og Sandeep Singh har begge lang fartstid og har jobbet som anmeldere før strømmetjenestene kom. Samtidig som de sitter på mye kompetanse kan det settes opp mot og sammenlignes med perspektivet til Kim Klev som er ung og fersk i bransjen.

### 3.4 Validitet, reliabilitet og generalisering

*“Stor grad av validitet og reliabilitet betraktes som forutsetninger for at en skal kunne generalisere funnene i analysen” (Østbye mfl. 2011 s. 124).*

Reliabilitet dreier seg om hvorvidt behandlingen av data er nøyaktig og pålitelig (Østbye mfl. 2011 s. 124). I den kvantitative undersøkelsen blir det bare brukt én uke per år, noe som gav langt færre tall enn først antatt. Derfor er den definisjonsmessige validiteten lav.

Definisjonsmessig validitet betyr hvor godt vi greier å fange opp de begrepene vi har på det teoretiske nivået i vår innsamling og analyse av empiriske data (Østbye mfl. 2011 s. 27).

I *Metodebok for mediefag* står det at det kan være vanskelig å ha høy definisjonsmessig validitet og høy reliabilitet i samme undersøkelse (Østbye mfl. 2011 s. 27). Siden valget i utgangspunktet var å gjøre en kvantitativ analyse er det naturlig at den holder høy reliabilitet fremfor høy definisjonsmessig validitet, ifølge Østbyes bok (2011 s. 28). Men dette fører til at man ikke kommer tettere inn mot et svar på problemstillingen fordi det ikke sier noe direkte om makten til musikkanmeldere. Dette er også grunnen til at metodisk triangulering blir brukt, slik at man kommer nærmere et svar på om musikkanmeldere har mistet makt etter at strømmetjenestene kom.

Gjennom materialet og metodene som er brukt kan jeg ikke bevise at musikkanmeldere har mistet makt etter at strømmetjenestene kom, på grunn av lite tid og mulighet til å gjøre store nok undersøkelser. Derimot kan man legge frem et faktagrunnlag, noe Østbye skriver at underbygger en generalisering ved hjelp av de empiriske funnene som kan sannsynliggjøre slutningene av oppgavens funn (2011 s. 231). Generalisering handler om å trekke slutninger på grunnlag av undersøkelser. Med det grunnlaget jeg har fra mine undersøkelser kan jeg komme frem til en generell teori. Forskning som er rettet inn mot å lage generelle teorier kalles nomotetisk vitenskap (Østbye, 2011 s. 28).

### 3.5 Svakheter og begrensninger

Det er flere svakheter i denne undersøkelsen. Den viktigste svakheten er at jeg ikke har tatt med papiravisene fra før 2000. Det er fordi jeg ikke har fått tilgang på noe internt arkiv i avisene og fordi artiklene i Atekst ikke har med bilder i arkivet, noe som betyr at bildet av terningen er borte. Det er også derfor VG har begynt å skrive terningkastet i teksten i nettartiklene sine, for at det skal være lettere å søke opp. Grunnen til at jeg har hentet

materialet fra Atekst er fordi jeg ble anbefalt å gjøre det både av arkivansvarlige i VG og Dagbladet.

En annen svakhet ved undersøkelsen er at jeg bare tar utgangspunkt i én uke i året. Selv om en låt er på for eksempel fjerdeplass i uke 8, betyr ikke at den ikke har vært eller vil komme opp på førsteplass i noen av de nærliggende ukene. Listeplasseringen er med andre ord ikke like permanent som terningkastet, ettersom man ikke anmelder en låt mer enn en gang.

Begrenset materiale i undersøkelsen har også ført til at jeg ikke har nok tall til å kunne lage statistikk. Dette gjør at den kvantitative analysen ikke har nok tolkningsgrunnlag alene.

Derfor har jeg valgt å gjøre intervjuer for å sette det opp mot de tallene jeg har og for å gi et sterkere grunnlag for å trekke slutninger og lage en generell teori.

Jeg kan heller ikke bevise at strømmetjenestene er årsaken til om musikk anmelderes makt har blitt svekket, men hvis det skulle være noe skille rundt 2008 da Spotify kom, så er det en reell sjanse for at strømmetjenestene kan være en viktig årsak. Ettersom strømming av musikk har skapt store omveltninger i musikkbransjen, er det ikke helt umulig at det kan ha preget musikkjournalistikken også.



## 4.0 Funn og analyse

### 4.1 Tabell 1

I Tabell 1 er listet opp låtene på 1-10. plass i årene 2001, 2006, 2011, 2016 og 2017. Så er mediehusene delt inn i kolonner med deres terningkast på låten og til slutt er det regnet ut det eventuelle gjennomsnittet av terningkastene. I den siste kolonnen har jeg skrevet om anmeldelsen er av albumet låten er en del av, eller om det bare er låten som er anmeldt. I de cellene hvor det står "anmeldelse" så betyr det at låten har blitt anmeldt, men uten terningkast eller rangering.

År	Plassering	Låt	Artist	VG	Dagbladet	Aftenposten	Sum	
2001	1	Ms. Jackson	OutKast	-	-	-	0	
2001	2	You know so well	Sondre lerche	5	anmeldelse	-	5	(album)
2001	3	Goes around comes around	Addis Black Widow	-	-	-	0	
2001	4	"911"	Wyclef Jean feat. Mary J. Blige	-	-	-	0	
2001	5	it wasn't me	Shaggy	-	-	-	0	
2001	6	Everytime you need me	Fragma	-	-	-	0	
2001	7	Trouble - Norwegian Live EP	Coldplay	-	4	-	4	(album)
2001	8	Stay	Ice	-	-	-	0	
2001	9	The call	Backstreet Boys	-	anmeldelse	-	0	
2001	10	Operation Blade	Public Domain	-	-	-	0	
År	Plassering	Låt	Artist	VG	Dagbladet	Aftenposten	Sum	
2006	1	Dont save me	Marit Larsen	5	5	-	5	(album)
2006	2	Just hold me	Maria Mena	-	-	-	0	
2006	3	Enhjørning	Dum Dum Boys	6	-	5	5,5	låt
2006	4	Lift Me	Ane Brun feat. Madrugada	-	-	-	0	
2006	5	Check on it	Beyoncé feat. Slim Thug	-	-	-	0	
2006	6	Gonna get you someday	WigWam	2	2	-	2	(album)
2006	7	What else is there?	Røyksopp	-	-	-	0	
2006	8	Love I can't defend	Elvira Nikolaisen	5	-	-	5	(album)
2006	9	Hung Up	Madonna	-	-	-	0	
2006	10	Sky is the limit	WE/Ralph Myerz & The Jack Herren Band	3	-	5	4	(EP)
År	Plassering	Låt	Artist	VG	Dagbladet	Aftenposten	Sum	
2011	1	Haba haba	Stella Mwangi	-	1+4	-	2,5	(låt)
2011	2	Born This Way	Lady Gaga	3	1	-	2	album
2011	3	Grenade	Bruno Mars	-	-	-	0	
2011	4	Ølbriller	Erik og Kriss	3	-	3	3	album

2011	5	Tonight (I'm loving you)	Enrique Iglesias	-	-	-	0	
2011	6	Etter regnet	Erik og Kriss	3	-	3	3	album
2011	7	S&M	Rihanna	-	-	-	0	
2011	8	Snakke litt	Admiral P	-	5	-		album
2011	9	Seek Bromance	Tim Berg	-	-	-	0	
2011	10	Over you	Thom hell	-	-	-	0	
<b>År</b>	<b>Plassering</b>	<b>Låt</b>	<b>Artist</b>	<b>VG</b>	<b>Dagbladet</b>	<b>Aftenposten</b>	<b>Sum</b>	
2016	1	Faded	Alan Walker	-	-	-	0	
2016	2	Pillowtalk	Zayn	4	4	4	4	album
2016	3	Feel da rush	Freddy Kalas	2	4	-	3	låt
2016	4	Work	Rihanna	3	4	5	4	album
2016	5	Me, Myself and I	G-Eazy & Bebe Rexha	-	-	-	0	
2016	6	Cheap Trills	Sia	-	-	4	4	album
2016	7	Love Yourself	Justin Bieber	3	4	4	3,7	album
2016	8	Stay	Kygo feat. Maty Noyes	-	3	-	3	
2016	9	Roses	The Chainsmokers and rozes	-	-	-	0	
2016	10	Stressed out	Twenty one pilots	-	-	-	0	
<b>År</b>	<b>Plassering</b>	<b>Låt</b>	<b>Artist</b>	<b>VG</b>	<b>Dagbladet</b>	<b>Aftenposten</b>	<b>Sum</b>	
2017	1	It Ain't me	Kygo (feat. Selena Gomez)	2	2	-	2	låt
2017	2	Shape of you	Ed Sheeran	3	3	2	2,7	album
2017	3	Scared to be lonely	Martin Garrix, Dua Lipa	-	-	-	-	
2017	4	Issues	Julia Michaels	-	-	-	-	
2017	5	I don't wanna live forever	Zayn & Taylor Swift	-	-	-	-	
2017	6	Paris	Chainsmokers	-	3	-	3	album
2017	7	Castle on the hill	Ed Sheeran	3	3	2	2,7	album
2017	8	Chained to the rhythm	Katy Perry	-	-	-	-	
2017	9	Alone	Alan Walker	3	-	anmeldelse	3	låt
2017	10	Rockabye	Clean Bandit feat. Sean Paul & Anne-Marie	-	-	-	-	

Bilde: Tabell 1.

#### 4.2 Terningkast sammenlignet med listeplassering

I Tabell 1 er det lite sammenheng mellom listeplassering og terningkast. Tendensene Kenneth Hætta og Svend Are Melby viser til i sin semesteroppgave fra 2001 hvor Dagbladet gir flest femmere og VG gir flest firere, er ikke noe som vises i tabellen. Det er heller ikke noe tydelig skille mellom før og etter 2008 da strømmetjenestene ble vanlig å bruke. Likevel er det bemerkelsesverdig å se at det er et stort sprik i terningkast i 2016. Det ble gitt terningkast 2,3,4 og 5. I 2017 derimot ble det gitt kun terningkast 2 og 3. Det kan se ut som at anmelderne har blitt strengere eller at kvaliteten på popmusikken har blitt dårligere. Samtidig må det understrekes at det bare er undersøkt én uke og det kan hende funnene ikke er representative.

Sandeep Singh var anmelderen som gav Kygo terningkast 2 i VG. Han mener man ikke bør lete etter en sammenheng mellom listeplassering og terningkast:

Popularitet og terningkast er forskjellige ting som man ikke trenger å se en sammenheng mellom. Man kan være enige om at Grandiosa er Norges mest populære pizza, men det betyr ikke at det er den beste pizzaen. Vi (anmelderne) heier på Kygo og vil at han skal komme ut med noe fett, men jeg tror så å si at alle anmeldere synes Kygos musikk er kjedelig. Jeg falt på en toer ettersom han hadde med den internasjonale popstjernen Selena Gomez og derfor burde gjort det bedre. Men uansett om alle gav han terningkast 2, så har låten blitt hans største hit. Hvis man skal dømme låten som en hit så er det terningkast 6, men det er ikke det terningkastet skal reflektere. Jeg tror man hadde vært snillere på terningkastet hvis Kygo ikke hadde vært så populær. Personlig synes jeg ikke så intetsigende musikk fortjener så mye popularitet og det gjør meg kanskje litt streng. (Sandeep Singh)

Asbjørn Slettemark mener det ikke er oppsiktsvekkende at "It Ain't Me" av Kygo fikk terningkast 2:

Mye av den kommersielle popmusikken har fått svake kritikker og blitt dårlig behandlet i pressen. Der er nok dagspressen litt i utakt med hva som er populært og hvordan norsk og internasjonal popmusikk har utviklet seg. De som jobber med musikk i media har et litt annet syn på hva som er kvalitetstrekk sammenlignet med det store, brede radiopublikummet. Det er ikke noe nytt og det er låten til Kygo et godt eksempel på. (Asbjørn Slettemark)

#### **4.3 Strømmingens påvirkning i musikkjournalistikken**

I de utvalgte ukene jeg har undersøkt anmelder VG, Dagbladet og Aftenposten flere album enn singler. Ettersom det har blitt flere og flere singelutgivelser er flertallet av albumanmeldelser et overraskende resultat. Siden denne undersøkelsen bare består av én uke i året, kan det være at uken som er undersøkt ikke ha nok funn til å være representativ. Da kan heller ikke undersøkelsen brukes til å argumentere for at det har blitt flere låtanmeldelser i musikkjournalistikken, ettersom den kvantitative undersøkelsen viser det motsatte. Likevel er Asbjørn Slettemark, Sandeep Singh og Kim Klev enige om at det har blitt flere singelutgivelser enn albumutgivelser etter at strømmetjenestene kom.

Det er en omstilling for anmelderne. Det er nok musikkinteresserte, musikkjournalistene og musikkbransjens nostalgi som gjør at man tviholder litt på albumformatet, fordi det er et høyt respektert medium. Jeg ser på det som en naturlig utvikling og ikke en negativ trend. Det er ytterst få artister som har så mye å si at de kan fylle et helt album på cirka ti låter. (Sandeep Singh)

Ifølge Asbjørn Slettemark har strømming endret alt i musikkbransjen og for musikkjournalister. Som anmelder må man være mye raskere på å publisere anmeldelser når låter blir gitt ut. Dette fører til mindre tid til lytting for anmelderen før anmeldelsen skrives. Slettemark sier den viktigste forandringen er at det har blitt mer fokus på låtanmeldelser nå

enn før, men at mange av de eldre anmelderne foretrekker fortsatt album fordi det gir en større helhet. Slettemark begrunner det slik:

Det er fordi albumet er et veldig etablert format som har en tung historie og mange bruker det som et medium når man hører på musikk. Men i en tid med strømmetjenester som serverer spillelister og lytterne lager sine egne spillelister, så preger det også albumformatet. Artister gir ut album som fungerer som spillelister. (Asbjørn Slettemark)

Verdensstjernen Kanye West ombestemte seg etter å ha gitt ut sitt siste album *Life of Pablo*, for så å bytte ut noen av låtene i det allerede utgitte albumet fordi det er mulig i strømmetjenesteformatet. Dette kunne man aldri gjort med et fysisk album. Asbjørn Slettemark mener musikkannonseret er i utakt med denne utviklingen. Han håper at pressen blir raskere på å anmelde flere artister, og ikke bare de største aktørene som Astrid S og Kygo.

Siden singler ofte blir sluppet uannonsert og brått av de store artistene kommer det til å kreve musikkanneldere som er på vakt. Asbjørn Slettemark mener det vil bli et større behov for eksterne frilansere som har tid og fleksibilitet til å ta seg av disse anmeldelsene fordi kulturjournalister ofte har dagene sine fulle med andre oppgaver. Derfor mener Slettemark at man må ha en fortløpende diskusjon om hvordan man skal anmelde og hvorfor det skal brukes tre tusen tegn på å skrive om musikken i avisen.

#### **4.4 Det journalistiske idealet om relevans**

Sandeep Singh mener at måten anmelderne vurderer verk på kommer i konflikt med hvilke verk som velges ut av redaksjonen. Anmeldere vurderer musikk som en kunstform i sin analyse mens populariteten bestemmer hvilken musikk som skal anmeldes. Derfor kan det virke provoserende for tilhengerne at mange av de største popartistene får dårlige kritikker, selv om de er mest populære.

Men hva skjer med de bandene som ikke er populære nok? Singh sier at de er avhengig av å få plass på spillelister på Spotify og andre strømmetjenester som lager egne spillelister:

Strømmetjenestene er ikke en uavhengig part. Det kan fort være at bandene betaler Spotify for å ha musikken sin i de populære spillelistene. Derfor er musikkanneldere fortsatt viktige fordi de holder på et journalistisk ideal om å være en uavhengig part. I den norske mediepolitikken er det klare linjer på habilitet. Selv om den norske musikkbransjen er liten og det alltid er "noen som kjenner noen", så vet leseren at dette er en uavhengig anbefaling. Dette kommer musikkjournalistene til å tviholde på. (Sandeep Singh)

#### 4.5 Klikkjournalistikk påvirker hva som blir anmeldt

Da Sandeep Singh begynte i VG i 2011 var det alltid åtte plateanmeldelser i uka. Det var slik malen var for musikk-sidene. Siden det aldri kom åtte kommersielle popalbum i uka, så var det plass til mer marginale ting som “musikknerdene” vil få frem for å fylle malen, sier han. Sånn er det ikke nå lenger. Nå er det ikke lenger en slik mal, men kun den kommersielle musikken som blir anmeldt, ifølge Singh. Han mener at utvelgelsesprosessen av hva som skal anmeldes har endret seg etter at strømmetjenestene kom, men at klikkjournalistikken har mest skyld i det. Etter at nettavisene ble det mest brukte mediet, har journalistikken blitt avhengig av klikk for å bli lest. I papiravisen så kjøper du enten hele avisa eller ikke, mens på nett så må du ta valget om å klikke på en sak for å lese den. Singh mener at makten ikke ligger hos anmelderen om det er noe anmelderen selv ønsker at folk skal høre på. Nå anmeldes det i veldig stor grad det som folk *kommer* til å høre på.

Både Sandeep Singh i VG og Kim Klev i Dagbladet er frilansere. Begge opplever at de kan foreslå utgivelser som de ønsker å anmelde til redaksjonen, men at det ofte blir forespørsler med ønsker som redaksjonen vil at de skal anmelde for dem. Som også Kenneth Hætta og Svend Are Melby kom frem til i sin undersøkelse fra 2001, forteller Sandeep Singh at det journalistiske innholdet i VG skal være allment. Det skal ikke bare være for musikkinteresserte, men for folk flest, noe VG har holdt på som et ideal helt siden 1950-tallet. Dagbladet er også en tabloidavis og Kim Klev merker at det er anmeldelsene av populærmusikk som får flest klikk.

Singh sier at han har fått inntrykk av at redaksjonen har sine favorittartister som skaffer klikk og det er disse artistene han blir bedt om å anmelde. De norske artistene Astrid S, Kygo og Marcus og Martinus blir alltid anmeldt.

Det er litt kynisk. Jeg savner litt den idealismen som sier: “Her er det noe som fortjener oppmerksomhet, la oss gi dem den oppmerksomheten.” Jeg har inntrykk at det blir nedprioritert av redaksjonen men det er også en grunn til det. Det skaper ikke klikk. (Sandeep Singh)

Asbjørn Slettemark har jobbet som frilanser i 25 år. Han mener også vurderingen av hva som skal anmeldes er endret, men at selve innholdet i anmeldelsene ikke har forandret seg så mye over tid. Det har blitt vanskeligere å få anmeldelser på trykk, ifølge Slettemark. Hvis artistene var norske, hvis det var en sensasjon eller hvis det var mye forventninger til utgivelsen så var det ikke noe problem å få det på trykk før i tiden, mener han. Dette var noen av

retningslinjene musikkannonserne hadde i Bergens Tidende da han jobbet der fra 1999 til 2009. Nå mener han at man anmelder på andre premisser:

I dag må du ha en tydelig salgspitch på anmeldelsen, ingressen må være nok til å fange leseren. Om det da betyr at du hyller noen, eller at du slakter noe kjent og kjært som skaper en eller annen reaksjon eller noe helt nytt og sensasjonelt. (Asbjørn Slettemark)

#### 4.6 Klikkjournalistikken tillater ikke terningkast 3 og 4

Asbjørn Slettemark sier at man anmeldte mange flere utgivelser før og at nåløyet for å få ting på trykk har blitt mye mindre. Alle musikkannonserne som er intervjuet i undersøkelsen trekker frem at terskelen for å publisere en anmeldelse med terningkast 3 eller 4, er blitt spesielt høy. Sandeep Singh forteller at redaksjonen i VG kan velge verk ut fra magesfølelsen anmelderen har på utgivelsen før vedkommende har hørt ordentlig på den. Hvis de da tror det er en treer eller firer så dropper de den, fordi det ikke vil skape nok klikk. Men etter Singhs mening påvirker ikke dette anmelderne til å velge andre terningkast. Han mener selv at man må huske at terningkast 4 er et bra resultat og at hvis noe får terningkast 3 så ligger det en som oftest en god begrunnelse i teksten. Leserne på nett leser ofte ikke hele anmeldelsen, nærmere bestemt bare tittel, ingress, terningkast og én eller to avsnitt. Dette gjør at de ikke får med seg hele analysen før de begynner å kommentere. Sandeep Singh forteller at han selv har opplevd å få drapstrusler etter at han gav rapperen Eminems album terningkast 3. Han mener leserne må huske på at terningkast 3 ikke er slakt og ta seg tid til å lese hele analysen før de lar seg provosere.

Terningkastet skal være en oppsummering av det anmelderen mener. Likevel er terningkast 3 og 4 ikke attraktivt for arbeidsgiveren å betale for med mindre det er artister eller band som genererer klikk uansett. Da har navnet i seg selv en tiltrekningskraft. (Sandeep Singh)

Det er ikke bare terningkastet som er et trekkplaster i kampen om plass på forsiden.

Overskriften har også mye å si. I VG bruker de bare et eller to ord mens i Dagbladet bruker de ofte en hel setning.

Jeg forholder meg ikke til noe redaksjonelt ansvar i VG i forhold til klikk, siden jeg er frilanser. Da jeg jobbet i Dagbladet var jeg musikkansvarlig og måtte finne vinklinger som genererte klikk. Jeg merket klar forskjell på terningkast 1 og 2 og 4. Man kunne få en firer til å bli en sekser med riktig anmelderspråk i tittelen. Dette er vanskeligere i VG hvor tittelen bare skal ha ett eller to ord. (Sandeep Singh)

Singh mener at musikkannonseret har blitt påvirket av den klikkfikserte journalistikken, men han synes det er gøy fordi det skaper et enormt engasjement blant leserne. Jo mer negativt det er jo mer engasjement skaper det.

– Når jeg gir en firer eller femmer så blir ikke saken klikket på nok til å holde seg oppe på forsiden, og det skyldes klikkvanene til leserne, sier Sandeep Singh. Han får inntrykk av at terningkast 5 også begynner å bli kjedelig for leseren.

#### **4.7 Egne spalter**

Alle musikk anmelderne som ble intervjuet er enige om at musikk anmeldere og musikkjournalistikken må tilpasses de nye lyttervanene til publikummet. Asbjørn Slettemark tror at redaksjonene kommer til å finne en ny modell som benytter seg av mer ekstern kompetanse som bloggere og flere frilansere for å holde følge med hyppige utgivelser.

Både Kim Klev og Sandeep Singh nevner ideen om en egen musikkspalte på fredager hvor en anmelder kan lage små anmeldelser av de ti beste låtene som har kommet ut den fredagen. Slike spalter har det vært før bare med album. Før var det tirsdag som var den store utgivelsesdagen i musikkbransjen, men de siste årene har det blitt fredag, ifølge Asbjørn Slettemark.

Klev ser både noen fordeler og ulemper ved en slik spalte. Fordelen er at man holder lettere følge med de hyppige utgivelsene. Problemet er at man mister plass til å analysere som er hensikten og kompetansen til musikk anmeldere. De har kompetanse til å gi en profesjonell analyse. Kim Klev sier han også har tenkt på at aviser kan bli med på bølgen av spillelister på strømmetjenestene, ved å lage egne spillelister som er anbefalt fra anmelderne. Likevel kan slike spillelister føre til at all analyse, tekst og terningkast blir lagt bort. Det blir borte fordi det ikke er mulighet til å legge inn egenkomponert tekst i spillelistene. NRK P3 Musikk har slike spillelister på Spotify som har i skrivende øyeblikk (29.05.17) rett under 66 000 følgere.

#### **4.8 Musikk anmelderes rolle i dag**

Hvis man ser bort fra den månedlige avgiften man må betale til strømmetjenestene, er musikken gratis å høre på i dag. Det som skjer med strømming er at publikum ikke lenger trenger å vurdere om de skal kjøpe noe eller ikke.

Folk trenger ikke tenke “er det verdt 179 kroner for å kjøpe albumet? Jo, da hører jeg på min favorittanmelder”. Nå som mange har Spotify-abonnement så kan man selv om man har lest en anmeldelse, sjekke ut låten uten konsekvenser. (Asbjørn Slettemark)

Anmelder bidrar ikke lenger til å skyve lytteren over en såkalt kjøpshump. For før var det en stor terskel på om man skulle bruke penger på det. I tillegg er musikken blitt så tilgjengelig at

du ikke trenger lese en anmeldelse for så å dra på butikken eller inn til byen for å kjøpe musikken fysisk. Du kan høre på musikken med samme telefon som du leste anmeldelsen på (Slettemark).

Asbjørn Slettemark sier han er anmelder fordi han mener mye om musikk og det betyr noe for han å fortelle folk hva de bør høre på og ikke. Det den økonomiske endringen har gjort med musikkjournalistikken er at anmelderiet har blitt en mer anbefalende veiviser i jungelen av musikk, nå som alt er tilgjengelig på samme sted. Slettemark tror musikk anmeldere har en viss innflytelse fremdeles men ikke i nærheten av hvordan det var for ti år siden.

Sandeep Singh mener at musikk anmeldere ikke har blitt mindre viktige i journalistikken, men at de heller har blitt en del av en større samtale gjennom sosiale medier. I en tid med kommentarfelt i nesten alle kanaler kan alle dele sin mening og gi tilbakemeldinger til anmelderen. Alle kan mene hva de vil om musikk, men Singh sier at musikk anmelderne kommer til å tviholde på å være de uavhengige aktørene som ingen kan kjøpe. Men likevel sier han det ikke nødvendigvis kommer til å bli sånn for alltid.

Vi (musikk anmelderne) kommer bare til å være så lenge vi er viktige for folk. For den dagen hvor folk slutter å trenge anmeldere så kommer jeg til å tenke; "hva faen skal jeg gjøre nå?" (Sandeep Singh)

I en tid hvor det er mye musikk og bransjen går fortere med hyppige utgivelser, krever det at anmelderne må være raskere for å holde følge. Det er alle anmelderne i undersøkelsen enige i. På samme måte som det er forskjellige trender i mange kulturelle sammenhenger, så skjer det skifter i hva som er populært i populærmusikken. Singh mener at anmeldere forventer at skiftet i musikk trender kommer litt raskere enn det publikum forventer. Han eksemplifiserer med den litt roligere EDM-musikk trenden (Electronic Dance Music) som Kygo skapte da han debuterte. Kravet om raskere skifte kan være en grunn til at anmeldere blir strenge når de skal gi terningkast til trendskapende artister. Det kan også være en grunn til anmelderne og folket ikke alltid er synkronisert og enige om hva som er god musikk.

#### **4.9 Har musikk anmeldere mistet makt?**

Asbjørn Slettemark som har lengst fartstid som musikk anmelder av de som har blitt intervjuet, mener at musikk anmeldere har mistet makt. Han mener at det er overgangen fra papir til nett som har hatt mest påvirkning på makten, selv om han mener strømmetjenestene har svekket makten knyttet til direkte salg.



Det er lettere å synse og bli hørt i sosiale medier, så innflytelsen på å skape kommersielle suksesser og skape opinion har helt åpenbart blitt mindre. (Asbjørn Slettemark)

Sandeep Singh mener at innflytelsen musikk anmelderen har til å kunne nå frem til folket, er den samme som den alltid har vært. Han mener at musikk anmelderens makt i utvelgelsen av hva som skal anmeldes er det som har blitt svekket.

– Den makten tabloide anmeldere hadde ved å kunne anbefale noe, plukke ut sine favoritter og presentere det har blitt helt borte, sier Sandeep Singh.

Kim Klev mener at innflytelsen man har som anmelder i dag fortsatt er der, men at det ikke betyr like mye ettersom musikk så og si er gratis. Han synes at jobben som anmelder av og til kan føles ganske meningsløs.

---

## 5.0 Avslutning

### 5.1 Konklusjon

I denne fordypningsoppgaven har det blitt undersøkt, ved hjelp av metodetriangulering, om musikk anmeldere har mistet makt etter at strømmetjenestene kom. Med denne problemstillingen undersøkes det også om strømmetjenestene er årsaken til en eventuelt svekket makt blant musikk anmelderne.

Ut fra de undersøkelsene som er gjort konkluderer jeg med at strømmetjenestene har svekket makten musikk anmelderne hadde da lyttere kjøpte musikken de hørte på. Samtidig er innflytelsen omtrent den samme. Det virker som om anmelderne opplever at leserne respekterer dem som profesjonelle og leserne kan ta del i diskusjonen i kommentarfeltene på sosiale medier. Det er enighet blant anmelderne om at jobben deres i dag handler mer om å være en veiviser gjennom massene av musikk på strømmetjenestene, fremfor å veilede leseren til hva som er verdt å kjøpe og ikke. Det journalistiske idealet om å være en uavhengig part er noe som anmelderne holder på, for å skille seg ut fra andre musikk synsere på nett.

I undersøkelsen har det også kommet frem at utvelgelsen av hva som blir anmeldt ikke lenger bare står på hva redaksjonen og anmelderen ønsker å formidle. Etter at nettavisene ble det mest brukte mediet, har journalistikken blitt avhengig av klikk for å bli lest. Dette har også

preget musikk anmeldelsene i de tabloide nettavisene som VG og Dagbladet. Hvis anmelderen har en magesfølelse av at et verk vil få terningkast 3 eller 4 og artisten ikke er en av de største popstjernene vil sannsynligvis anmeldelsen ikke bli publisert. Årsaken til at det ikke vil bli publisert er fordi det ikke vil generere så mange klikk. Dette bekrefter alle tre anmelderne som er intervjuet i undersøkelsen. Likevel burde det vært gjort kvalitative intervjuer med musikkredaktørene i Dagbladet og VG for å bekrefte at det er slik utvelgelsen foregår i redaksjonene, men de har ikke svart. Likevel tas det med i konklusjonen fordi det kom frem i alle tre intervjuene uavhengig av hverandre.

For å oppsummere og svare på problemstillingen, så har musikk anmeldere mistet makt til å påvirke salg av musikk etter at strømmetjenestene kom. Likevel har de ikke mistet innflytelsen til å være en veiviser gjennom havet av musikk som finnes i strømmetjenestene. På den måten har de fortsatt en funksjon hos publikum og de kan skape en debatt på sosiale medier som leserne kan delta i. Selv om musikk anmeldere fortsatt har en funksjon i journalistikken, så virker det som det kun kommer til å være reelt så lenge leserne har bruk for deres veiledning.

## 5.2 Videre forskning

Med tanke på begrensninger ved denne oppgaven som sidetall, tid og ressurser, så er dette et tema som kan tas videre i nye fordypningsoppgaver for å få et bedre innblikk i musikk anmelderes maktposisjon. Man kan gjøre en større kvantitativ undersøkelse for å få nok materiale til å lage statistikk på terningkast og listeplassering. En kvalitativ innholdsanalyse av anmeldelser av popmusikk kan være med på å få frem meningen til anmelderen og begrunnelsen bak de laveste terningkastene. Samtidig kan man også gjøre kvalitative intervjuer med plateselskap og produsenter om hvor mye terningkast egentlig betyr for musikkaktører i dag. Det hadde også vært interessant om man hadde forsket på hvordan overgangen til nettavis har påvirket musikkjournalistikken. Da kan man gjøre kvalitative intervjuer med redaktørene som ifølge frilanserne velger å ikke publisere terningkast 3 og 4.

---

## 6.0 Litteratur og Vedlegg

### 6.1 Litteratur:

- Eknes, Yngve (2005): “Terningkast syv! - Terningen mellom layout og ideologi”. Hovedoppgave for cand.polit-graden. Universitetet i Bergen.
- Evren, Andrew (17.06.2015) “*Tracing the History of Music Streaming, and Why It’s More Important Now Than Ever*” URL: <http://news.bitofnews.com/tracing-the-history-of-music-streaming-and-why-its-more-important-now-than-ever/> [Lesedato: 16.05.2017]
- Gil, Lauren (2016) “*History of music streaming*” URL: <https://www.sutori.com/story/history-of-music-streaming> [Lesedato: 16.05.2017]
- Hætta, Kenneth, Svend Are Melby (2001): “Tilfeldighetens spill? - om bruk av terningkast i VG og Dagbladets plateanmeldelser” Semesteroppgave, Journalistutdanningen. Høgskolen i Oslo.
- Journalen (18.11.15): “*Ny artistdugnad trosser streamingtrenden*” URL: <http://journalen.hioa.no/kultur/2015/11/ny-artistdugnad-trosser-streamingtrenden> [Lesedato: 16.05.17]
- Lund, Cecilie Wright (2005): *Kritikk og kommers – Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Melkild, Anna (2016): “*Fortsatt penga som rår?*”. URL: <https://dusken.no/artikkel/26018/fortsatt-penga-som-rar/> [Lesedato: 15.05.17]
- PBS News Hour (04.02.15): “*Can the music industry survive the streaming revolution?*” URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RG5oGB1VL8k> [Lesedato: 16.05.2017]
- PBS News Hour (06.02.2015): “*How music on demand is killing the album*” URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0mQlm00on3E> [Lesedato: 16.05.17]
- Pedersen, Natvig/President i Stortinget (7. mai 1948): *Møte fredag 7. mai - Dagsorden*. URL: [https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1948&paid=7&wid=a&psid=DIVL607&pgid=a\\_1066&vt=a&did=DIVL779&s=True](https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1948&paid=7&wid=a&psid=DIVL607&pgid=a_1066&vt=a&did=DIVL779&s=True) [Lesedato: 21.05.17]
- Roksvold, Thore (1997) *Avisjangrer over tid*. Fredrikstad: Norsk Sakprosa.
- Statistisk Sentralbyrå (20.04.2017) “*Norsk mediebarometer*” URL: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar> [Lesedato: 29.05.2017]

- Sæter, Jon Edmund (2016): “Hvor triller terningen? En kvantitativ innholdsanalyse av filmanmeldelser i Norge i 2005, 2010 og 2015”. Masteroppgave i medievitenskap. Universitetet i Oslo.
- *VG* (03.12.2015): “Kygo passerer en milliard spilte på Spotify”. URL: <http://www.vg.no/rampelys/musikk/kygo/kygo-passerer-en-milliard-spilte-paa-spotify/a/23572886/> [Lesedato: 15.05.2017 ]
- Wall Street Journal (08.02.2013): “Can Spotify Save The Music Industry?” URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y9HTRchis1Y> [Lesedato: 16.05.2017]
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2011): *Metodebok for mediefag*. 3. utgave. Bergen: Fagbokforlaget.

## 6.2 Muntlige kilder:

- Klev, Kim (24.05.17) [Intervju]
- Singh, Sandeep (24.05.17) [Intervju]
- Slettemark, Asbjørn (24.05.17) [Telefonintervju]

### 6.3 Vedlegg 1: Intervjuguide

- Hvordan velger du/din redaksjon ut hva som skal anmeldes?
- Har måten å anmelde musikk på endret seg etter at strømmetjenestene kom? I så fall, på hvilken måte?
- Hvordan mener du at musikkjournalistikken har endret seg etter at strømmetjenestene kom? På hvilken måte?
- Hvordan har strømmingen påvirket valg av utgivelser du/din redaksjon anmelder?
- Hva slags anmelder-profil ønsker du/din redaksjon å ha? Hvorfor anmelder du/dere musikk? Hvordan ønsker du at inntrykket leserne får av deres anmeldelser skal være?
- Det fortsatt mye album som blir anmeldt. Likevel er det flere singelutgivelser som blir gitt ut. Hvorfor tror du det er sånn når så mange artister velger å slippe singler i stedet for album?
- Artister som Gabrielle, John Mayer og Karpe Diem gir ut litt og litt musikk ofte. Gjør dette det vanskelig å bestemme hva dere anmelder? I så fall hvordan da?
- Hvordan posisjon føler du at anmeldere har i dagens musikkbransje?
- Hvordan tror du dette blir i fremtiden?
- Opplever du rollen din som anmelder har endret seg over tid?
- I hvilken grad opplever du at du kan påvirke hva lyttere hører på i strømmetjenestene?
- Har norske anmeldere blitt mindre viktige for forbrukere, etter at strømmetjenester kom?
- Har musikk anmeldere mistet makt?

2 OPPGAVE

Evt. vedlegg

*Last opp filen her. Maks én fil.*

BESVARELSE

Ingen fil er lastet opp

3 OPPGAVE

Evt. vedlegg

*Last opp filen her. Maks én fil.*

BESVARELSE

Ingen fil er lastet opp

4 OPPGAVE

Evt. vedlegg

*Last opp filen her. Maks én fil.*

BESVARELSE

---

Ingen fil er lastet opp

---