

Útdráttur

Tilgangur þessarar rannsóknar er að kanna hvernig mismunandi áherslur í dagskrágerð eru að skila sér til hlustenda. Hvaða áhrif þær áherslur sem eru við líði hjá dagskrárgerðarmönum kunna að hafa á hinn almenna hlustanda. Tveir þættir voru kannaðir. Fyrri þátturinn er Poppland sem er á dagskrá Rásar 2. Sá síðari er þáttur Rúnars Róbertssonar á Bylgjunni. Könnuð var söguleg þróun meðalhlustunar þessara tveggja þátta undan farin sex ár. Í ljós kom að meðan vinsældir Rásar 2 hafa minnkað undanfarin fjögur ár, þá hafa vinsældir Bylgjunnar aukist. Til þess að komast til botns í þessum mun var leitast við að finna hverjar áherslur umsjónarmanna þáttanna væri. Í ljós kom að tölverður munur var á áherslum umsjónarmannanna. Þannig leggja Popplendingar meiri áherslu á að kynna nýja tónlit, þá sér í lagi nýja íslenska tónlist. Peir gera jafnframt nokkra kröfu um að þeirra hlustendur geti sætt sig við lög sem þeim finnist óþægileg án þess að skipta um rás. Rúnar Róbertsson hefur aftur á móti þær áherslur að skemmta fólk og stytta því stundir með þægilegri tónlist og léttu spjalli. Bylgjan hefur þær áherslur í tónlistarvali að fólk eigi að geta gengið að því vísu hvernig tónlist sé þar spiluð. Ekkert á að koma hlustendum á óvart. Til þess að sjá hvernig þessar áherslur mælast fyrir á meðal hlustenda voru valdir sex einstaklingar úr mismunandi stéttum atvinnulífsins. Tveir verslunarstjórar matvöruverslana, tveir hárgreiðslumeistarar og loks tveir iðnaðarmenn. Niðurstaðan reyndist sú að hinn almenni hlustandi hefur ekki þolinmædi til þess að láta yfir sig ganga tónlist sem viðkomandi finnst óþægileg. Flestir munu einfaldlega skipta um rás. Þetta útskýrir að nokkru auknar vinsældir Bylgjunnar, sem gengur út frá því að ekkert í tónlist eigi að koma hlustendum sínum á óvart.

Abstract

The purpose of this survey is to explore how different emphases in radio programming are construed by the general listeners. Two programmes were looked at, the first one was Poppland on Rás 2. The second one was the programme of Rúnar Róbertsson on Bylgjan. Listener surveys spanning last six years were looked at and compared. The average rating was found, revealing that Rás 2 had gone down in the rating from October 2002 towards October of 2006, whilst Bylgjan had improved superseding Rás 2 for the first time in four years. To find out potential reasons behind Bylgjan's increased popularity along with Rás 2's declining, the emphasis of the two program's managers were found out. The results were that Rás 2 focuses more introducing new music, especially new Icelandic music. This they consider to be their role within Icelandic popular culture and are willing to sacrifice ratings for that role. Rúnar Róbertsson's emphasis is however more to entertain the listeners with light music and talk. Bylgjan's musical selection is made so that listeners know what can be expected, the song selection should not surprise. In-depth interviews were conducted, to see how these emphases are being taken by the listeners, among six different individuals from different layers of Icelandic work environment. These individuals were: two store managers of popular supermarkets, two self-employed hairstylists and finally two trade workers. The results were that people in general don't have the patience to listen to music they don't like and are more likely to change the station than to suffer through it. This explains in some parts Bylgjan's increased popularity for they strive to select music that people expect, as apposed to Rás 2 who focuses mainly on new Icelandic music, making it possible for all kinds of genre to be in their selection.