

Radioresepsjonen

– på tv!

En studie av et populært programformat i endring fra radio til tv

Marthe Pettersen



NOR 4090 – Masteroppgave i nordisk, særlig norsk, litteratur og språk

Lektorprogrammet

Institutt for lingvistiske og nordiske studier

Universitetet i Oslo

Våren 2011

Sammendrag

Den økende tendensen til at tekster beveger seg mellom medier utfordrer vår forståelse av kommunikasjon. Et av programmene som har skiftet medium er radioprogrammet *Radioresepsjonen*, som høsten 2010 startet sendinger på NRK3 under navnet *Radioresepsjonen på TV*. Ved hjelp av en sosialsemiotisk tilnærming til språk, gir denne oppgaven en tekstvitenskapelig analyse av programmets overgang fra radio til tv. Den overordnede problemstillingen er: *Endrer Radioresepsjonen seg som tekst når programmet skifter medium?*

For å konkretisere problemstillingen, er det naturlig å skissere *hvilke* endringer jeg er opptatt av. Derfor presenteres tre forskningsspørsmål. Det første dreier seg om tekstenes omgivelser og kartlegger hvilke kontekstuelle endringer som finner sted. Det andre forskningsspørsmålet vurderer hva som skjer med tekstnormer, sjanger og det semiotiske rommet når programmet skifter medium. Det tredje forskningsspørsmålet analyserer kommunikasjonen mellom tekstens aktører ved hjelp av begrepene modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakt.

Analysen av programmene viser hvordan store deler av konteksten kan betraktes som ganske lik, mens andre deler av den endrer seg. Den største kontekstuelle endringen finner sted i situasjonskonteksten mediering. *Radioresepsjonens* tekstnormer og sjanger betraktes som relativt like på tvers av mediene, mens det semiotiske rommet går fra å være noe "lukket" på radio til å bli mer tilgjengelig når programmet skifter medium. Det viser seg at endringen i det semiotiske rommet kan ha betydning for hvordan tekstens aktører kommuniserer, da det observeres endringer hos modellsender, modellmottaker og i kommunikasjonskontrakten. Tilpasningen til nye medier kan altså ha mye å si for hvordan en tekst kommuniserer.

På tross av endringene kan *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* fortsatt gjenkjennes som én tekstkultur, på bakgrunn av at kontekst, tekstnormer og sjangre er relativt like i begge programmene. Slik fungerer *Radioresepsjonen* som eksempel på et kulturelt fenomen som danner en egen tekstkultur på tvers av medier.

Forord

Det er mange som har bidratt i arbeidet med denne oppgaven. Først og fremst vil jeg takke veileder Kjell Lars Berge som har vært en inspirasjonskilde siden jeg presenterte prosjektet mitt som et forslag til en semesteroppgave i NOR4140. Din faglige kompetanse og dine konstruktive tilbakemeldinger har vært uvurderlige bidrag i denne prosessen.

Fra NRK vil jeg gjerne takke Bjarte Paul Tjøstheim og Charlo Halvorsen som har stilt opp til intervjuer. At dere tok dere tid til meg, har vært helt avgjørende for prosjektet. I tillegg vil jeg takke Randi Skeie som har hjulpet meg med å hente fram kjøreplanene for *Radioresepsjonen på TV*. Mediestudentene Henrik Sanne Kristiansen og Ingrid Mjøs fra Universitetet i Oslo har stilt opp til samtaler om programmene. Tusen takk for gode svar og interessante betraktninger!

Som gruppelærer i RETKOM1102 har jeg hatt gleden av å jobbe sammen med Jonas Bakken og Johan Tønnesson. Jeg vil takke begge for at dere har vist interesse for prosjektet mitt, vært åpne for spørsmål og for at dere alltid har tid om jeg stikker innom. Takk også til medstudenter og tidligere medstudenter som har gjort mine seks år på Blindern til en innholdsrik og morsom studietid. En ekstra takk rettes til Eivor, Kjersti, Marthe og Trine for gjennomlesinger av oppgaven, innspill til teksten og selskap på lesesalen.

Familien min fortjener også en takk for at dere har latt meg til være nysgjerrig og sta gjennom hele livet. Det har kommet godt med i denne prosessen! Spesielt takk til mamma og pappa som også har lest og kommentert deler av teksten.

Sist, men slett ikke minst, vil jeg takke snille, tålmodige Martin for oppmuntring og god hjelp. Det var du som viste meg *Radioresepsjonens* univers da vi reiste rundt i Asia med podkast på øret når bussturene ble lange. Tusen takk for at du har vært engasjert i prosjektet og for at jeg har fått diskutere oppgaven med deg til alle døgnets tider.

Dere er knipsbare alle sammen!

Blindern, mai 2011

Marthe Pettersen

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	I
FORORD	III
OVERSIKT OVER FIGURER OG TEKSTEKSEMPLER	VIII
1. INNLEDNING	1
1.1 NRK PÅ ALLE PLATTFORMER.....	1
1.1.1 <i>Radio- og tv-mediet</i>	2
1.1.2 <i>Flermedial tekstproduksjon</i>	3
1.2 PROBLEMSTILLING.....	5
1.3 PRESENTASJON AV ANALYSEOBJEKTET.....	6
1.4 TIDLIGERE FORSKNING.....	8
1.5 OPPGAVENS OPPBYGGING.....	9
2. TEORI OG METODE	11
2.1 MENNESKER OG VERBALSPRÅK.....	11
2.1.1 <i>Sosialsemiotikken</i>	11
2.1.2 <i>Språkets funksjoner</i>	12
2.2 TEKST OG TEKSTNORM.....	13
2.3 KONTEKST.....	14
2.4 SJANGER.....	16
2.5 REGISTER.....	17
2.6 SEMIOTISK ROM.....	18
2.7 KOMMUNIKASJON.....	19
2.7.1 <i>Kommunikasjonskontrakt</i>	19
2.7.2 <i>Modellsender og modellmottaker</i>	20
2.8 VALG OG AVGRENSING AV MATERIALE.....	21
2.9 FRAMGANGSMÅTE.....	22
2.9.1 <i>Analyseskjema</i>	23
2.9.2 <i>Transkripsjon</i>	24
2.9.3 <i>Intervju</i>	25
2.10 ANALYSENS BRUKSVERDI.....	26
2.11 KAPITTELET I KORTE TREKK.....	27

3. ANALYSE AV RADIORESEPSJONEN.....	28
3.1 <i>RADIORESEPSJONENS</i> SITUASJONSKONTEKST	28
3.1.1 <i>Felt</i>	28
3.1.2 <i>Relasjon</i>	32
3.1.3 <i>Mediering</i>	34
3.2 TEKSTUELL KONTEKST: TEKST- OG NORMSAMSPILL.....	37
3.2.1 <i>Tekstsamspill</i>	37
3.2.2 <i>Normsamspill</i>	38
3.3 FORMAT.....	39
3.3.1 <i>Formatkomposisjon i Radioresepsjonen for en uke</i>	40
3.3.2 <i>Formatkomposisjonen i Radioresepsjonen for et program</i>	41
3.4 SEMIOTISKE ROM I <i>RADIORESEPSJONEN</i>	42
3.5 <i>RADIORESEPSJONEN</i> SOM SJANGER	44
3.6 DELSJANGRE I <i>RADIORESEPSJONEN</i>	46
3.7 MELLOMPERSONLIGE REGISTERAKSER	53
3.8 TEKSTUELLE REGISTERAKSER.....	59
3.9 OPPSUMMERING AV REGISTERET.....	62
3.10 MODELLSENDER.....	62
3.10.1 <i>Den nære kameraten</i>	62
3.11 MODELLMOTTAKER.....	64
3.11.1 <i>Den fjerde radioresepsjonisten</i>	64
3.11.2 <i>Den innviede</i>	65
3.12 EN "EKSKLUSIV" KOMMUNIKASJONSKONTRAKT	66
3.13 KAPITTELET I KORTE TREKK.....	67
4. ANALYSE AV RADIORESEPSJONEN PÅ TV.....	68
4.1 <i>RADIORESEPSJONEN PÅ TV</i> S SITUASJONSKONTEKST	68
4.1.1 <i>Felt</i>	68
4.1.2 <i>Relasjon</i>	70
4.1.3 <i>Mediering</i>	72
4.2 TEKSTUELL KONTEKST: TEKST- OG NORMSAMSPILL.....	74
4.2.1 <i>Tekstsamspill</i>	74
4.2.2 <i>Normsamspill</i>	74
4.3 FORMAT.....	75

4.3.1	<i>Formatkomposisjon i Radioresepsjonen på TV for en periode</i>	76
4.3.2	<i>Formatkomposisjon i Radioresepsjonen på TV for et program</i>	77
4.4	SEMIOTISKE ROM I RADIORESEPSJONEN PÅ TV.....	78
4.5	RADIORESEPSJONEN PÅ TV SOM SJANGER	80
4.6	DELSJANGRE I RADIORESEPSJONEN PÅ TV	81
4.7	MELLOMPERSONLIGE REGISTERAKSER	87
4.8	TEKSTUELLE REGISTERAKSER.....	92
4.9	OPPSUMMERING AV REGISTERET.....	94
4.10	MODELLSENDER.....	95
4.10.1	<i>Den perifere kameraten</i>	95
4.11	MODELLMOTTAKER.....	96
4.11.1	<i>Den fjerde radioresepsjonisten</i>	96
4.11.2	<i>Den innviede</i>	96
4.11.3	<i>Den tilfeldige</i>	97
4.11.4	<i>Den tilretteleggende</i>	98
4.12	EN "INKLUDERENDE" KOMMUNIKASJONSKONTRAKT	99
4.13	KAPITTELET I KORTE TREKK.....	99
5.	OVERGANGEN FRA RADIO TIL TV	101
5.1	SITUASJONSKONTEKSTEN I RADIO- OG TV-PROGRAMMET	101
5.2	TEKSTUELL KONTEKST: TEKST- OG NORMSAMSPILL.....	102
5.3	LIKHETSTREKK MELLOM RADIO- OG TV-PROGRAMMET	104
5.3.1	<i>Formatets oppbygging</i>	104
5.3.2	<i>Register</i>	104
5.3.3	<i>Konvensjoner: Gjentakelse av ord</i>	105
5.3.4	<i>Sjanger</i>	105
5.3.5	<i>Tekstnormer</i>	106
5.4	FORSKJELLER MELLOM RADIO- OG TV-PROGRAMMET	106
5.4.1	<i>Formatets tidsanslag</i>	106
5.4.2	<i>Konvensjoner: Knipsing og jingler</i>	107
5.4.3	<i>Semiotiske rom</i>	108
5.4.4	<i>Modellsender</i>	109
5.4.5	<i>Modellmottaker</i>	109
5.4.6	<i>Kommunikasjonskontrakt</i>	110

5.5 <i>RADIORESEPSJONEN</i> SOM KONSEPT	110
5.5.6 <i>Flermediale relasjoner</i>	110
5.6 KAPITTELET I KORTE TREKK	112
6. MEDIETEKSTER I NYE MEDIESITUASJONER	114
6.1 ENDRES <i>RADIORESEPSJONEN</i> SOM TEKST NÅR PROGRAMMET SKIFTER MEDIUM?	114
6.1.1 <i>Kontekstuelle endringer i Radioresepsjonen og Radioresepsjonen på TV</i>	114
6.1.2 <i>Konsekvenser for programmets tekstnormer, sjanger og semiotisk rom</i>	115
6.1.3 <i>Konsekvenser for modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakten</i>	116
6.2 MULIGE FORKLARINGER PÅ ENDRINGENE SOM FINNER STED	117
6.3 <i>RADIORESEPSJONEN</i> SOM EKSEMPEL PÅ EN GENERELL TENDENS?	119
6.4 AVSLUTNING	120
LITTERATUR	122
KILDER I BØKER OG TIDSSKRIFTER	122
KILDER PÅ INTERNETT	128
ANDRE KILDER	129
VEDLEGG	130
VEDLEGG 1: <i>TRANSKRIPSJONSØKKE</i>	130
VEDLEGG 2: <i>TEKSTEKSEMPLE</i>	131
VEDLEGG 3: <i>KJØREPLAN FOR RADIORESEPSJONEN</i>	161
VEDLEGG 4: <i>REELL FORMATKOMPOSISJON I RADIORESEPSJONEN</i>	162
VEDLEGG 5: <i>KJØREPLAN FOR RADIORESEPSJONEN PÅ TV</i>	165
VEDLEGG 6: <i>REELL FORMATKOMPOSISJON I RADIORESEPSJONEN PÅ TV</i>	173

Oversikt over figurer og teksteksempler

Teksteksempel 1.....	29
Teksteksempel 2.....	30
Teksteksempel 3.....	31
Teksteksempel 4.....	32
Teksteksempel 5.....	33
Teksteksempel 6.....	36
Teksteksempel 7.....	36
Teksteksempel 8.....	39
Figur 1: Forståelse av <i>Radioresepsjonen</i> på Facebook.....	43
Figur 2: <i>Radioresepsjonens</i> semiotiske rom.....	44
Figur 3: <i>Radioresepsjonens</i> univers på Facebook.....	45
Teksteksempel 9.....	47
Teksteksempel 10.....	53
Teksteksempel 11.....	54
Teksteksempel 12.....	55
Teksteksempel 13.....	56
Teksteksempel 14.....	57
Teksteksempel 15.....	58
Teksteksempel 16.....	59
Teksteksempel 17.....	60
Teksteksempel 18.....	60
Teksteksempel 19.....	61
Teksteksempel 20.....	63
Teksteksempel 21.....	64
Teksteksempel 22.....	69
Teksteksempel 23.....	70
Teksteksempel 24.....	71
Teksteksempel 25.....	73
Teksteksempel 26.....	73
Teksteksempel 27.....	75
Figur 4: Semiotiske rom i <i>Radiorespsjonen på TV</i>	80
Teksteksempel 28.....	83

Teksteksempel 29.....	84
Teksteksempel 30.....	86
Teksteksempel 31.....	88
Teksteksempel 32.....	89
Teksteksempel 33.....	90
Teksteksempel 34.....	91
Teksteksempel 35.....	91
Teksteksempel 36.....	92
Teksteksempel 37.....	93
Teksteksempel 38.....	93
Teksteksempel 39.....	94
Figur 5: Oversikt over navigering.....	112
Figur 6: Den retoriske situasjonen i <i>Radioresepsjonen</i>	118
Figur 7: Den retoriske situasjonen i <i>Radioresepsjonen på TV</i>	118

1. Innledning

”Rockefeller knipset for Radioresepsjonen”¹

1.1 NRK på alle plattformer

Radiokringkastingen gjorde sitt inntog i Europa rundt år 1920 og kom til Norge i løpet av 1920-tallet. I 1933 ble Norsk Rikskringkasting, NRK, etablert ved egen lov. Da NRK kjøpte seg inn i radiokringkastingen, økte hensynet til kringkasting som landssak og utbyggingen skjøt fart (Bastiansen og Dahl 2008: 245–248). NRKs første tv-sending fant sted den 12. januar 1954. I løpet 15 år etablerte NRK seg som et offentlig monopol. Ved inngangen til 1970-årene hadde NRK ”[...] opparbeidet seg en nesten overjordisk posisjon, aldri verken før eller senere har en enkelt kulturinstitusjon spilt en så dominerende rolle i samfunns- og hverdagsliv” (Syvertsen 2008: 141, 143). Mot slutten av 1970-årene vokste motstanden mot kringkastingsmonopolet, og det 50 år gamle statsmonopolet ble oppløst da NRK mistet eneretten til å drive radio og tv i 1981 (Bastiansen og Dahl 2008: 458). Selv om monopolet ble opphevet i 1981, er NRK fortsatt en svært viktig allmennkringkaster i Norge. En undersøkelse fra TNS Gallup fra 2010 viser at 84 prosent av befolkningen over 12 år bruker ett eller flere NRK-tilbud daglig (NRK 2010a).

I konkurranse med mange medier, har flere bekymret seg over radioens rolle i kampen om lytterne, spesielt med hensyn til unge lyttere. Men tall fra TNS Gallups radioundersøkelse viser at hovedtendensen er stabile lyttertall, bortsett fra at unge mennesker faktisk hører stadig mer på radio. Likevel er det fortsatt nordmenn mellom 12 og 29 år som er minst aktive radiolyttere med sine 58 minutter i daglig gjennomsnitt, en økning på fem minutter i daglig gjennomsnitt fra 2008 til 2009. Radioen klarer altså å beholde sin stilling som et viktig medium både hos lytterne og i reklamebransjen, på tross av sterk konkurranse fra tv, Internett og nye sosiale medier. I 2009 lyttet nordmenn gjennomsnittlig 98 minutter daglig på radio, og det ble lyttet mest på ukedagene. 69 prosent av all radiolytting foregår mellom klokka syv om morgenen og fem på ettermiddagen, som er med på å forklare hvordan 40 prosent av all radiolytting skjer utenfor eget hjem (TNS Gallup 2010).

¹ Ingress i artikkel på P3s hjemmesider (P3 2010)

NRK har opplevd økt konkurranse om tv-seerne siden etableringen av TV2, TVNorge og TV3 på 1990-tallet. Dette har ført til større grad av fragmentering og målgrupperetting. Nisjetilbudene har vokst fram og en sterkere ungdomsprofil har gjort seg gjeldende i de reklamefinansierte TV-kanalene (Syvertsen 2008: 145–147). Tv er en helt sentral del av mediebransjen, og er det massemediet publikum bruker mest tid på. I de fleste land er tv tiltenkt en rolle som opplysnings- og dannelsesmedium. Samtidig er tv-mediet en viktig del av folks moderne hverdagsliv gjennom sitt kontinuerlige tilbud av nyheter, underholdning og fiksjon (Enli m. fl. 2010: 11–12). Tall fra TNS Gallup og Mediacom bekrefter at nordmenn bruker mye tid foran tv-skjermen. Sju av ti innbyggere over tolv år ser på tv hver dag, og i snitt ser hver av dem på tv tre timer om dagen. NRK er den kanalen som kaprer flest seere, og i 2010 var 41,1 prosent av all tv-titting i aldersgruppen over tolv år på en NRK-kanal (VG 2011).

1.1.1 Radio- og tv-mediet

Både radio og tv er hurtige medier som har mulighet til å sende korte, konkrete og direktesendte meldinger. Begge mediene er umiddelbare og realistiske medier, men ingen av dem har mulighet til å kontrollere hvordan mottakerne erfarer kommunikasjonen eller persiperer den (Eide og Nyre 2004: 23). Sammenlignet med tv-mediet er det grenser for hvor mye radiolyden kan fortelle. Men istedenfor å se på det som en hindring, oppfatter mange det som et kreativt potensial. Fordi radio dreier seg om å høre kan den være inspirerende for innlevelse, forestillinger og stemningsskaping (Eide og Nyre 2004: 24). Radio kan beskrives som et sekundærmedium der de fleste gjør noe annet mens de lytter til radio. Det fører til at det er lett å falle inn og ut av bevissthet når man hører på. Om det er noe morsomt på radio følger gjerne lytteren med, men lytteren bytter ikke nødvendigvis radiokanal selv om kvaliteten på programmet daler (Charlo Halvorsen, intervju 28.05.2010).

Tv-mediet har muligheten til å sette sammen både bilder og lyd, noe som gjør mediet mer mangfoldig enn radio. Mens radiomediet er sekundært, beskrives gjerne tv-mediet som et primærmedium. Det er likevel tendenser til at tv-mediet også beveger seg mot å være et mer sekundært medium som vi går til og fra mens vi driver med andre ting (Seip Tønnessen 1992: 99). Fjernsynet må kjempe for å holde på publikums oppmerksomhet fordi tv-seerne sjelden nøler med å skifte kanal om programmene blir kjedelige. Derfor må tv-seerne fanges mer aktivt enn radiolytterne. En av teknikkene for å fange seere er å gjøre alt mer komprimert på tv, slik at det

hele tiden er noe som engasjerer på skjermen (Charlo Halvorsen, intervju 28.05.2010). Korte sekvenser i tv gjør det mulig å følge programmene stykkevis og delt, og gir anledning til gjentakelser eller sammendrag når en tidligere tråd tas opp igjen. Slik kan seere som har kommet til underveis henge seg på og få en slags sammenheng. Serieformen kan også oppfattes som et forsøk på å holde på seernes oppmerksomhet over tid (Seip Tønnessen 1992: 100).

I følge Lars Nyre (1997: 5) virker synet objektiverende og distanserende, mens hørselen virker subjektiverende og involverende. Det synlige oppfattes nemlig som permanent, romlig og *der* fordi det er et skille mellom subjektet og det man ser på. Hørselen oppfattes derimot som flyktig, forbigående og *her* fordi hørselen trenger seg på i dynamisk bevegelse. Det kan være lettere å reflektere over noe som varer framfor øynene våre enn det som beveger seg ut av bevisstheten. Fordi lydsignalene man hører på radio ”forsvinner”, kan det hende oppmerksomheten mot et radioprogram er større enn mot et tv-program, hvis man først har bestemt seg for å følge et program. Om derimot radioen bare er bakgrunnsunderholdning, er trolig oppmerksomheten mindre mot radioprogrammet fordi lytterne ikke nødvendigvis anstrenger seg for å høre hva som blir sagt i programmet.

1.1.2. Flermedial tekstproduksjon

De fleste medier er i stadig utvikling. Det blir lettere å få tilgang til radiolyd og tv-signaler fordi den digitale distribusjonen utvides. I tillegg er det mulig å høre radio og se tv på Internett eller via mobiltelefon (NRK 2009a) Digitaliseringsprosessen har også ført til flermedialitet der to eller flere plattformer er involvert i tekstproduksjonen (Petersen 2007: 21).² Flermedial tekstproduksjon henger sammen med konvergensbegrepet, som beskriver sammensmeltingen mellom tidligere avskilte tjenester, teknologier og markeder. Grenser mellom kringkastingen og andre informasjons- og kommunikasjonssektorer er i ferd med å viskes ut. Men det betyr ikke at alle medier smelter sammen; hovedtendensen er at medieselskapene tar i bruk flere *plattformer* for å spre innholdet sitt og nå nye brukergrupper (Syvertsen 2008: 145). Det kan for eksempel være en utvikling fra massemedier til personlige medier eller fra enkeltmedier til konvergerende mediemiljøer. Det dreier seg om skaping av og omgang med nye typer tekster og uttrykk, som kan føre til en ny *deltakelseskultur* (Eide m. fl. 2008: 19–20).

² Petersen (2007) bruker begrepet tværmedialitet.

Flermedial tekstproduksjon er ikke et fenomen som utelukkende henger sammen med digitalisering av medieinnhold. I skolen vektlegges det flermediale først og fremst gjennom hovedområdet *Sammensatte tekster* i norskfaget. Hovedområdet innebærer arbeid med, kritisk vurdering, analyse og produksjon av sammensatte tekster i ulike medier. På læreplanen etter vg3 er et av kompetansemålene ”å sammenligne og vurdere tekster som overføres fra ett medium til et annet” (Utdanningsdirektoratet 2006). Temaet har også blitt behandlet i film- og litteraturvitenskapens studier av adaptasjon. Da dreier det seg om hvordan innhold blir overført, ofte fra en roman til spillefil, med spesielt fokus på narrasjon (Erdal 2007: 155). Ulike tilnærminger til adaptasjon har forskjellige syn på hvor viktig det er at teksten ligner originalteksten og hvorvidt det bare er litterære tekster som bør være adaptasjonstudienes fokus. Linda Hutcheson (2006: 170) definerer adaptasjon som «an extended deliberate, announced revisitation of a particular work of art» (Hutcheon 2006: 21). En slik bred definisjon på adaptasjon kan inkludere *Radioresepsjonens* overgang fra radio til tv, men det perspektivet vil ikke bli behandlet her.

Denne oppgaven tar utgangspunkt i kommunikasjon på tvers av medieplattformer og vil nærmere bestemt undersøke et konkret programs overgang fra radio til tv. Analyseobjektet er radioprogrammet *Radioresepsjonen*, som høsten 2010 startet sendinger på NRK3 under navnet *Radioresepsjonen på TV*. I norsk sammenheng er det ikke så ofte at radioprogrammer overføres til tv, men det har skjedd tidligere. Både *Slagerparaden* og *Tjue spørsmål* er opprinnelige radioproduksjoner som har blitt overført til tv. Et annet radioprogram som har skiftet medium er *XL*, som startet som radioprogram på NRK P3 og siden ble sendt på NRK2. Det finnes også tilfeller der radioprogramledere blir overført til tv med omtrent det samme programmet. På slutten av 1980-tallet gikk *Revolvmagasinet* på NRK P3, med programlederne Otto Jespersen, Charlo Halvorsen og Stig Holmer. I 1992 fikk trioene sitt eget tv-program, men med navnet *The Show* (Ytreberg 1999: 239). Det samme gjelder Erlend Klarholm Nilsen og Stein Johan Grieg Halvorsen som har ledet både P3-programmet *Bestevenn med Erlend og Steinjo* og NRK3-programmet *Påpp og råkk*.

I tillegg finner vi flere NRK-produksjoner som sendes både på radio og tv, men som først og fremst er utviklet for tv, for eksempel *Lydverket* og *Trygdekontoret*. *Dagsnytt 18* er eksempel på det motsatte, nemlig et program som først og fremst er utviklet for NRK P2, men som sendes på

NRK2 ved hjelp av kameraoverføring fra radiostudioet. Med tre tv-kanaler, 16 radiokanaler og nettstedet nrk.no er det naturlig at det er NRK som står for alle de nevnte overgangene mellom radio og tv (NRK 2009a). Det brede medietilbudet og den statlige støtten er med på å gjøre at NRK har teknologisk og økonomisk mulighet til å eksperimentere med programmer på ulike plattformer.

1.2 Problemstilling

Målet for denne oppgaven er å vurdere *Radioresepsjonens* overgang fra radio til tv i et tekstvitenskapelig perspektiv. Den overordnede problemstillingen i oppgaven er:

Endrer Radioresepsjonen seg som tekst når programmet skifter medium?

Om det viser seg at *Radioresepsjonen* endrer seg som tekst, vil jeg også forsøke å forklare *hvorfor* denne endringen skjer. Problemstillingen er generell og kan peke i mange retninger. I det følgende vil jeg skissere *hvilke* endringer jeg er opptatt av å undersøke ved hjelp av tre forskningsspørsmål som spesifiserer og konkretiserer problemstillingen. I oppgaven betraktes hvert enkelt radio- og tv-program som én tekst. Disse tekstene opptrer ikke i et vakuum, men omgitt av en kontekst. For å vurdere hvorvidt *Radioresepsjonen* endrer seg som tekst når programmet skifter medium, er det naturlig å kartlegge konteksten i de ulike programmene for å skape et bilde av hva som danner bakteppet for de forskjellige tekstene. Videre bygger hver enkelt radiotekst på en rekke overordnede tekstnormer som er utviklet over tid i radioprogrammet. Disse tekstnormene gjentar seg i hvert program, selv om situasjonen for de forskjellige radioprogrammene er noe ulik. Når *Radioresepsjonen* skifter medium, blir plutselig situasjonen en helt annen. Et av oppgavens fokusområder er å se på hva som skjer med tekstnormene når *Radioresepsjonen* skifter medium. I og med at sjangre bygger på tekstnormer og er med på å gjøre tekster mer forutsigbare, er også sjangertilhørigheten til *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* blant områdene oppgaven ønsker å undersøke nærmere. I tillegg betraktes det semiotiske rommet som en del av tekstnormene i radio- og tv-programmet. Kommunikasjonen mellom tekstens aktører er det siste fokusområdet i denne oppgaven. I den forbindelse er modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakt viktige begreper. Dermed sitter vi igjen med følgende forskningsspørsmål:

- a. Hvilke kontekstuelle endringer finner sted når programmet skifter medium?
- b. Hva skjer med tekstnormene, sjangeren og det semiotiske rommet når programmet skifter medium?
- c. Hva skjer med modellsenderen, modellmottakeren og kommunikasjonskontrakten når programmet skifter medium?

For å besvare problemstillingen har jeg utviklet et analyseskjema som utforskes i både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*.³ Ved å sammenligne de tekstvitenskapelige analysene, vil oppgaven forhåpentligvis gi svar på *om* og eventuelt forklare *på hvilken måte* og *hvorfor Radioresepsjonen* endrer seg når programmet skifter medium.

1.3 Presentasjon av analyseobjektet

Radioresepsjonen er et radioprogram som har gått i perioder på NRK P3 siden 2006. Programmet underholder med prat, spalter, poster, musikk og en rekke karakterer, og passer godt inn i NRK P3s ungdomsprofil med sine uformelle henvendelser til lytterne (Ytreberg 2002: 24). I og med at NRK ikke er avhengig av reklameinntekter, gis programskaperne, spesielt i NRK P3, frihet til å lage det de liker. Mens man i kommersielle kanaler ofte begynner med å kartlegge hvilke parametre som kan få størst mulig publikum med tanke på reklameinntekter, kan altså programskaperne i NRK satse på det de *tror* vil slå an. I 2005 oppfordret Barbara Jahn, daværende P3-sjef, Steinar Sagen, Tore Sagen og Bjarte Paul Tjøstheim til å lage et programkonsept.⁴ De tre ble enige om at de ønsker å lage ”lettbeint underholdning” med følgende læresetning: ”En feit, en lang og en gammel mann prøver å lage radioprogram på P3” (Sagen m. fl. 2010: 16–19). Siden den gang har *Radioresepsjonen* utviklet seg til et fenomen, med en rekke fans over hele landet. Programmene har hatt gjennomsnittlige lyttertall på omtrent 120 000, og hver sending har i snitt blitt lastet ned 200 000 ganger. Det tilsier 46 % av NRKs totale podkastnedlasting (Dagbladet 2010b).

Radioresepsjonen har vært en stor suksess for NRK P3. Da det siste radioprogrammet ble sendt den 17. mai 2010, inviterte programlederne alle lytterne til å komme og ta et gruppebilde utenfor

³ Analyseskjemaet presenteres i kapittel 2.9.1.

⁴ Heretter omtales programlederne, eller resepsjonistene, ved hjelp av fornavn fordi det er fornavnene som brukes i programmene og på Internett. I tillegg deler to av resepsjonistene etternavn, som kan skape forvirring for leseren.

studio på Marienlyst.⁵ Nesten 1000 ivrige fans møtte opp på selveste nasjonaldagen. I uke 49 i 2009 satte *Radioresepsjonen* rekord i antall podkastnedlastinger med 230 300 nedlastinger (NRK 2009b). Det er også det første norske radioprogrammet med egen iPhone-applikasjon (NRK 2010d). I tillegg har resepsjonistene gitt ut *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (Sagen m. fl. 2010) og *Den relativt store DVDen om Radioresepsjonen* (2010). De tre programlederne er aktive brukere av sosiale medier og har profiler på Facebook og Twitter. Samtidig brukes *Radioresepsjonens* nettsider flittig av lytterne som et slags forum for alt som har med programmet å gjøre.⁶ *Radioresepsjonen* har altså etablert seg som noe mer enn ”bare” et radioprogram, noe jinglekonserten på Rockefeller er et godt eksempel på: Den 3. mai 2010 ble de tre resepsjonistene tatt imot av et stappfullt konsertlokale da de skulle framføre sine jingler med Kringkastingsorkesteret i Oslo (P3 2010).⁷ Ellevill knipsing møtte programlederne, som måtte fortelle publikum at de kunne klappe istedenfor å knipse på konserten.⁸ Billettene til jinglekonserten ble utsolgt i løpet av to timer, og det ble satt opp en ekstrakonsert uka etter.

Da programmet skiftet plattform i 2010 var det naturlig at programmet fikk plass på NRK3, som er NRKs tv-kanal for unge voksne. I følge Charlo Halvorsen (intervju 28.05.2010), redaksjonssjef i underholdningsavdelingen i NRK, er årsaken til at programmet skifter medium først og fremst et ønske fra resepsjonistene selv om å utvide spekteret og å få muligheten til å prøve ut uttrykket sitt i forskjellige plattformer. NRK har ikke satt seg konkrete mål for seertall og oppslutning for *Radioresepsjonen på TV*, men Halvorsen sier seg fornøyd om *Radioresepsjonen* greier å overføre sitt genuine uttrykk fra radio til tv. Tv-programmet er et eget konsept som utvikles av resepsjonistene. Mye blir likt og noe tilpasses tv-formatet, men alt skal kunne gjenkjennes som ”lettbeint underholdning”. Selv om resepsjonistene gleder seg til å lage tv, er Steinar Sagen klar på at resepsjonistene kommer tilbake på radio når tv-prosjektet er over (Dagbladet 2010a).

⁵ Radioprogrammet startet opp igjen i februar 2011, etter at 14 tv-programmer var sendt.

⁶ <http://www.nrkp3.no/radioresepsjonen/>

⁷ En jingle er en kort og fengende kjenningsmelodi som presenteres sammen med et produkt eller budskap.

⁸ I *Radioresepsjonen* brukes knipsing istedenfor klapping for å vise begeistring.

1.4 Tidligere forskning

Denne oppgaven kan betraktes som en tekstvitenskapelig analyse av medietekster, og er en del av den mer generelle nordiske språkforskningen. Tidligere er det gjort et stort antall tekstvitenskapelige analyser og minst like mange analyser av medietekster. Men antallet tekstvitenskapelige analyser av medietekster er færre. Når oppgaven i tillegg forsøker å gjøre en analyse av et radioprograms overgang til tv, beveger den seg i et forskningsfelt som ikke er belyst i særlig stor grad. Det er likevel mulig å identifisere forskning som oppgaven kan støtte seg til når problemstillingen skal besvares. Jeg vil konsentrere meg om forskningsbidrag fra nordisk språk- og medievitenskap, før jeg forsøker å plassere mitt eget arbeid i den språkvitenskapelige fagtradisjonen.

En teoretisk beskrivelse av selve *Radioresepsjonen* finnes i Christer Kittilsens (2010) masteroppgave, *Radiohumor i endring – en analyse av Radioresepsjonen*. Oppgaven har en mediefaglig tilnærming og utforsker først og fremst humoren i programmet gjennom en kvalitativ innholdsanalyse som ønsker å kartlegge humoren i *Radioresepsjonen*. Derfor blir først og fremst Kittilsens detaljerte kunnskap om radioprogrammet et bidrag til denne oppgaven. Blant språkvitenskapelige analyser av sakprosa i mediene, er først og fremst analyser av radio- og tv-programmer av interesse. Gjennom 1970- og 1980-tallet var nordisk eterspråksforskning utelukkende interessert i nyhetssendinger som studieobjekt (Vagle 1990: 26). Siden den tid har blant annet Wenche Vagle, Håkan Åbrink og Carin Åberg levert viktige bidrag til det tekstvitenskapelige studiet av radiomediet. Vagle (1990) har vurdert radiospråkets tilknytning til tale- og skriftspråk og historiske aspekter ved tekst og kontekst i norsk radio, mens Åbrink (1998) og Åberg (1999) har gjort pragmatiske studier av henholdsvis radiopratt som sjanger og radio som auditiv kommunikasjon.

Flere språkvitenskapelige analyser tar utgangspunkt i tv-programmer, men det ser ut til å være en tendens til at *språket* er viktigere enn *teksten* i mange av analysene. Det norske nyhetsspråket har blitt undersøkt med fokus på ordkunnskap og forståelighet gjennom flere studier på 1970- og 80-tallet, men disse bidragene er først og fremst kvantitative analyser som fokuserer på forståeligheten av språket (Vagle 1990: 24). Artikkelsamlingen *Språk i nord* (2007) har mediespråk som tema, men også her er tilnærmingen heller språkvitenskapelig enn tekstvitenskapelig, med fokus på blant annet språknormering og språkvern. Blant

tekstvitenskapelige analyser av tv-programmer ser det ut til å være en tendens til at de er av samtaleanalytisk karakter med politisk kommunikasjon som tema. Anna Solvoll Rognmos *Spørsmålets retorikk. Responser og spørsmålsformuleringer i norske partilederspøringer – journalistikk i valgkamp* (2009) og Maria Elles *Den sterkeste rett? Dominansstrategier i partiledersdebatten* (2010) er blant masteroppgavene med politisk retorikk som tema. Det finnes dermed relativt god dekning av språkvitenskapelige analyser som studerer sakprosa i mediene, men denne oppgaven dreier seg om sakprosa som overføres *mellom* medier.

Forskningsbidrag som studerer sakprosatexters overganger mellom medier er temmelig utbredt i medievitenskapelige retninger. Kommunikasjonsteoretikeren Marshal MacLuhan har gått langt i å understreke mediets betydning gjennom sin berømte påstand, ”The medium is the message”. Han mente at mediet og dets egenskaper var bestemmende for hva som ble formidlet gjennom det, men det er ikke språksynet som ligger til bakgrunn for uttalelsen (Vagle 1990:18). *På tværs af medierne* (Petersen og Rasmussen red. 2007) er en artikkelsamling om flermedialitet med hensyn til brukeren og i selve medieorganisasjonen. Felles for artiklene i samlingen er at de først og fremst er medievitenskapelige tilnærminger med fokus på produksjon og kvalitetsvurdering. Språket er altså ikke i fokus i artikkelsamlingen, bortsett fra i Ebbe Grunvalds (2007) artikkel ”Journalistikk og sprog i flermediale miljøer”. Men Grunvalds artikkel tar først og fremst utgangspunkt i den redaksjonelle og journalistiske innsatsen i nyhetsproduksjonen, og har en mer teknisk tilnærming til språk enn det denne oppgaven legger opp til.

Å finne andre *tekstvitenskapelige analyser av sakprosa som overføres mellom medier* er altså vanskelig, selv om sakprosa oftere og oftere beveger seg på mellom medier. Denne oppgaven forsøker dermed å belyse et forskningsfelt som består av mye empiri, men få teoretiske beskrivelser. Analysen er et bidrag til å sette tekstvitenskapelige analyseverktøy i et system som kan brukes til å analysere sakprosa som overføres mellom medier. Inspirasjon og teori er hentet fra sosialsemiotikken og moderne tekstvitenskap.

1.5 Oppgavens oppbygging

Det er seks kapitler i denne oppgaven. I kapittel 2 vil oppgavens teoretiske rammeverk og framgangsmåte presenteres. I teoridelen vil fokuset være å forklare tekstvitenskapelige begreper som anvendes i analysen av programmene. Metodedelen vil først og fremst forklare hvordan

oppgaven tar utgangspunkt i en rekonstruerende metode for deretter å presentere framgangsmåten gjennom analyseskjemaet som tas i bruk. I tillegg vil intervjuene og transkripsjonen forklares. Kapittel 3 og 4 utgjør selve analysen i oppgaven og baserer seg på det samme analyseskjemaet. Kapittel 3 tar for seg *Radioresepsjonen*, mens kapittel 4 dreier seg om *Radioresepsjonen på TV*. I kapittel 5 vil analysene sammenlignes gjennom en presentasjon av likhetstrekk og forskjeller mellom programmet i de to mediene. Analysene behandler radio- og tv-programmet som to forskjellige enheter, men en tilnærming til *Radioresepsjonen* som konsept på tvers av ulike medier vil også presenteres for å understreke at programmet kan betraktes som et helhetlig prosjekt. Kapittel 6 vil forsøke å svare på problemstillingen og de tre forskningsspørsmålene, før mulige forklaringer presenteres. Selv om denne oppgaven ikke har som mål å vurdere kvaliteten på tekstene i de ulike mediene, vil jeg avslutningsvis komme med noen tanker om mediets betydning for tekst og hvorvidt den stadige økende tendensen til at medier flyter sammen er en positiv eller negativ utvikling. Konvensjoner for transkripsjonen, teksteksempler og formatanalyser kommer som vedlegg helt bakerst i oppgaven.

2. Teori og metode

"Jeg synes det er vanskelig med humor" (Tore Sagen)⁹

2.1 Mennesker og verbalspråk

Ved hjelp av språket kommuniserer vi og forstår hverandre. Men språkforskere er uenige om selve forskningsgjenstandens natur. For noen er kunnskapen om språksystemet det sentrale, mens andre fokuserer på hvordan språket brukes. De som hevder at språksystemet er det sentrale, tilhører den formelle tilnærmingen. For disse er språksystemet utgangspunktet for det lovmessige og kollektive i språket, mens språkbruken blir betraktet som en mer eller mindre vellykket utøvelse av en mental språkevne. Ferdinand de Saussures strukturalistiske språkteorier og Noam Chomskys generative grammatikk er blant retningene som plasserer seg i en slik formell tilnærming. Saussure hevdet det var språksystemet ("la langue") som var språkvitenskapens studieobjekt, fordi det er det lovmessige i språket som gjør at man kan utale seg sannferdig om språket. For Saussure var språkbruken ("la parole") individuell og tilfeldig og dermed ikke egnet til å gi en vitenskaplig beskrivelse av språket (Svennevig 2009: 19).

Chomsky og Saussure så først og fremst på forutsetningene for kommunikasjon og var enige om at språksystemet var språkvitenskapens studieobjekt. De formelle retningene studerer altså språket uten en primær interesse for selve kommunikasjonen, selv om språket er et av de viktigste menneskelige kommunikasjonsmidlene. I opposisjon til de formelle tilnærmingene, finner vi funksjonelle språkteorier, som studerer språkbruken i en kommunikativ sammenheng. Mens de formelle språkvitenskaplige retningene mener at grammatikken genererer språklige valg, vil de funksjonelle språkteoriene forklare språklige valg ut fra hva språket skal brukes til. For å svare på problemstillingen tar denne oppgaven utgangspunkt i Michael Hallidays sosiosemiotiske teori der *språket i bruk* er utgangspunktet for teoridannelse (Svennevig 2009: 20).

2.1.1 Sosiosemiotikken

Sosiosemiotikken ble først presentert av Halliday i 1978, og har som utgangspunkt å forklare språket som et meningsskapende system. Her forstås mennesket som samhandlende vesen som

⁹ *Radioresepsjonen på TV*, episode 8, 2010.

skaper mening gjennom språk og tekst i spesifikke omgivelser (Berge 1998: 20). Selv om Halliday og Saussure er uenige om språkvitenskapens studieobjekt, bygger Hallidays sosialsemiotikk på flere av Saussures ideer, teorier og metoder (Berge 1998: 22). Saussure (1970: 39) beskriver språket som et tegnsystem som uttrykker noe, og bruker begrepet *semiologi* om studiet av tegnenes tilværelse i det sosiale livet. Saussure konsentrerte seg om språklige tegn, mens den amerikanske filosofen Charles S. Peirce utarbeidet en utvidet og allmenn tegnteori, *semiotikken*, som inkluderer alle meningsbærende tegn (Svennevig 2009: 36). Sosialsemiotikken inkluderer alle måter å skape mening på i sitt studieobjekt, fra kunstneriske former til kulturell oppførsel: ”Disse er alle meningsbærere i kulturer. Vi kan egentlig definere kulturen som et sett med semiotiske systemer, et sett meningssystemer, som alle er innbyrdes beslektet” (Halliday 1998a: 68).

Selv om Halliday inkluderer alle semiotiske systemer i meningsskapingen, er det først og fremst de verbalspråklige meningssystemene han er mest opptatt av (Berge 1998: 25). Men når språket settes i fokus er det lett å glemme at det verbalspråklige nesten alltid samarbeider med andre semiotiske ressurser (Berge 2008: 73). Derfor har blant andre Theo van Leeuwen og Gunther Kress gått inn for å utvikle en moderne sosialsemiotikk der alle meningsbærende tegn inkluderes i større grad enn i Hallidays sosialsemiotikk. Både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* er multimodale tekster fordi de kombinerer flere semiotiske ressurser. Det er altså mange meningsbærende tegn som kan tas med i betraktning når teksten skal vurderes, men denne oppgaven vil konsentrere seg om det verbalspråklige i programmene fordi det er der meningen *først og fremst* skapes.

2.1.2 Språkets funksjoner

Språket har mange funksjoner i samfunnet, og denne oppgaven vil i hovedsak dreie seg om språkets *kommunikative* funksjoner. De kommunikative funksjonene relaterer seg til språkets ulike måter å skape mening på (Svennevig 2009: 23). I følge Halliday er det til enhver tid til stede tre fundamentale komponenter med mening i et språk. Disse meningskomponentene kalles metafunksjoner, og danner sammen med situasjonskonteksten en viktig del av Hallidays rammeverk for språkbeskrivelse. De tre komponentene er den ideasjonelle, den mellompersonlige og den tekstuelle metafunksjonen (Maagerø 1998: 38). Den ideasjonelle metafunksjonen studerer språket som representasjoner av virkeligheten, den mellompersonlige metafunksjonen studerer

språket som utveksling, mens den tekstuelle metafunksjonen studerer språket som budskapsprosess (Berge 1998: 29). Alle metafunksjonene er parallelt til stede i enhver tekst, men problemstillingen i denne oppgaven belyses best ved å ta utgangspunkt i den mellompersonlige og tekstuelle metafunksjonen. Fokuset på kommunikasjon og tekstnormer vil dekkes av den mellompersonlige metafunksjonens realisering av forholdet mellom kommunikasjonsdeltakerne og den tekstuelle metafunksjonens formidling av hvordan språkbrukerne uttrykker sine tanker og følelser. Resten av dette kapittelet vil presentere konkrete begreper som er del av analysens teoretiske verktøykasse.

2.2 Tekst og tekstnorm

Til nå har den teoretiske redegjørelsen fokusert på hvilket språksyn som ligger til grunn for analysen. Sosialsemiotikken viser hvordan mennesker bruker språk for å skape mening, men meningen ligger ikke i språket selv. Ord og setninger blir først meningsfulle når de inngår i kommunikasjonssituasjoner der mennesker bruker dem til å gjøre noe (Svennevig 2009: 13). Innen tekstvitenskapen skilles det gjerne mellom tekst og ytring. Ytringer beskriver all mellommenneskelig tilgjengelig (semiotisk mediert) meningsskaping, og kan spenne fra babypludring til bøker. Men bare noen av disse ytringene er tekster. Det vil si at alle tekster er ytringer, men ikke alle ytringer er tekster. Denne oppgaven forholder seg til Kjell Lars Berges (2002: 236) definisjon av tekst: ”Tekster er ytringer som deltakerne i en viss kultur gir en avgrenset status eller verdi, der det i kulturen er utviklet tekstnormer som avgjør hvilke ytringer som gis tekstverdi, og hvordan slike tekster ordnes”. En dagligdags forståelse avgrenser gjerne tekstbegrepet til å gjelde bare skrift, mens Berges definisjon av tekst åpner for at tekster kan utføres med hvilken som helst semiotisk ressurs (bilder, tegnspråk osv.). På samme tid kan tekster settes sammen ved hjelp av mange semiotiske ressurser samtidig, som for eksempel et radioprogram der både musikk og prat er en del av teksten. Derfor kan de fleste tekster beskrives som sammensatte, eller multimodale (Berge 2002: 237).

Videre innebærer Berges definisjon at ytringer må tillegges en kulturelt betinget tekstverdi, og at kulturen har utviklet et skjønn for å bestemme hvilke tekster som får tekstverdi og hvilke som ikke får det. Dette skjønnnet er organisert som tekstnormer (Berge 2002: 236). Tekstnormer kan defineres som ”normer som definerer hva som konstituerer en tekst og hvordan tekster er formet” (Berge 1990: 51). Tekstnormer regulerer både det som gjør at en ytring kvalifiserer til å være en

tekst og hva som skiller en god tekst fra en dårlig tekst (Bakken 2007: 37). Berge (1990: 51) definerer det som kvalifiserer en ytring til å være en tekst for *tekstualitet*, mens evalueringene av tekstens kvalitet kalles velformethet. Jonas Bakken (2007: 68) tar i bruk andre begreper og vurderer tekstnormene som kvalifiserer en ytring til å være en tekst for kategorinormer og tekstnormene for tekstlig kvalitet for verdinormer. Verdinormene deles videre inn i stilnormer, innholdsnormer og komposisjonsnormer. Stilnormene beskriver hvilke språklige uttrykksformer som vurderes som gode, innholdsnormene beskriver hva som er godt innhold og komposisjonsnormene definerer hva som er god komposisjon. Alle de tre normene inngår i sjangerbegrepet, og regulerer i fellesskap både produksjon og resepsjon av tekster innenfor sjangeren.¹⁰

Et samfunn som har utviklet et felles sett med tekstnormer kalles en tekstkultur. En tekstkultur beskrives som ”en avgrenset kulturkontekst eller sosialt felt der de som deltar på en kvalifisert måte, kommuniserer innbyrdes ved hjelp av meningsbærende ytringer som i feltet har status som tekster” (Berge 2005: 15). Tekstkulturen har bestemte materielle vilkår for tekstsaking, og egne sosiale mekanismer for hvordan medlemmer skaper, sprer og bruker sine tekster (Hågvar 2007: 26). Det kan dermed beskrives et system der tekster blir konstituert av tekstnormer, tekstnormer danner tekstkulturer og etablerte tekstnormer i en gitt tekstkultur konstituerer sjangre. Den teoretiske gjennomgangen av tekstbegrepet viser at tekster etableres ved hjelp av tekstnormer, som kan ta utgangspunkt i stilnormer, innholdsnormer og komposisjonsnormer. Dette antyder at oppgaven bør presentere et bilde av stil, innhold og komposisjon for å avdekke tekstnormene i programmene.

2.3 Kontekst

For å trengte inn i en tekst må vi også sette oss inn i tekstens omgivelser. De bidrar til å forstå teksten og til å forklare den (Hellspong og Ledin 2004: 42). I tillegg er omgivelsene der språklig interaksjon finner sted en bærer av mening i seg selv og på den måten viktig for hvordan en tekst oppfattes (Vagle 1990: 81). Disse omgivelsene kalles også kontekst og blir definert på følgende måte av Tønnesson (red. 2002: 223): ”Den situasjon, det samfunn og de verdener som omgir, har omgitt eller kan tenkes å komme til å omgi teksten”. Vi skiller gjerne mellom kulturkontekst,

¹⁰ Mer om sjangre i kapittel 2.4

situasjonskontekst og tekstuell kontekst. Kulturkonteksten er den mest generelle typen kontekst og innebærer kulturen med alle de samhandlingsformer, institusjoner for samhandling, aktører, kunnskaper og ferdigheter som inngår i den (Berge 1998: 25). Videre dreier kulturkonteksten seg om de konvensjonelle ressursene og begrensningene deltakerne har som deltakere i et kulturelt fellesskap (Svennevig 2009: 150). Det kan kanskje virke mest nødvendig å beskrive kulturkonteksten når tekstene kommer fra fremmede kulturer, men også i vår egen kultur kan det være viktig å reflektere over det sosiokulturelle bakteppet. For å forstå en moderne norsk medietekst må vi for eksempel vite noe om dens kulturelle status (Hågvar 2007: 30). I denne analysen har kulturkonteksten allerede blitt beskrevet i innledningen om posisjonen til radio og tv i dagens mediebilde.

Mens kulturkonteksten beskriver ytringens generelle bakteppe, dreier situasjonskonteksten seg om ytringens mer umiddelbare omgivelser. Svennevig (2009: 147) forklarer at ”situasjonskonteksten utgjøres i korthet av et sett med *deltakere* som er engasjert i en kommunikativ *oppgave* i visse fysiske omgivelser gjennom et visst *medium*”. Halliday bruker begrepene felt, relasjon og mediering for å tolke tekstens situasjonskontekst. Felt refererer til det som skjer og dreier seg om den kommunikative *oppgaven*, relasjon dreier seg om *de som deltar* og deres status og roller, mens mediering inkluderer *mediet* og refererer til hvilken rolle språket spiller i situasjonen (Halliday 1998a: 76). Beskrivelsen eller tolkningen av situasjonskonteksten er med på å karakterisere konteksten slik at det er mulig å foreta gjetninger om mening, som igjen kan forklare hvordan folk samhandler. Situasjonskonteksten fungerer også som et bindeledd mellom språkets sosiale omgivelser og den funksjonelle organiseringen av språket (Halliday 1998a: 70, 74). Den tekstuelle konteksten er de ytringene som går forut for den aktuelle, eller de tidligere tekstene i en kjede av tekster. Hver enkelt ny ytring blir tolket i lys av de foregående (Svennevig 2009: 146) Den tekstuelle konteksten er betinget av andre faktiske tekster, tekstnormer og sjangre. Denne konteksten kan deles inn i to, der samspillet med andre faktiske tekster kalles *tekstsamspill*, mens samspillet med andre tekstnormer og sjangre kalles *normsamspill*. Tekstsamspillet kan igjen foregå på to nivåer: *Konteksten* sier noe om den omgivende teksten, mens *annet tekstsamspill* beskriver tekster som ikke er direkte omkringliggende (Hågvar 2007: 31).

2.4 Sjanger

Sjangerbegrepet er som nevnt nært beslektet med tekstnormbegrepet fordi sjangre bygger tekstnormer (Hågvar 2007: 26). Det viser også følgende sjangerdefinisjon: ”En sjanger er et normbestemt mønster for tekstlig atferd som tjener spesifikke kommunikative formål” (Tønnesson, red. 2002: 228). Sjanger kan brukes som en betegnelse på ulike programtyper på radio og tv, for eksempel nyheter, magasinprogrammer og sportsreferat. I tillegg brukes sjanger om populærkulturens ulike uttrykksformer, som ofte har oppstått som hybrider av allerede etablerte sjangre (Åbrink 1998: 70). Det er produsentene og konsumentene som definerer en viss sjanger. På den måten er sjangeren sosial, ettersom den befinner seg i et stadig samspill med ulike faktorer i kommunikasjonssituasjonen. Dermed kan man også si at sjangrene endrer seg, vokser og forsvinner (Åbrink 1998: 77). Allerede på 1950-tallet skrev Mikhail Bakhtin at enhver språkbrukssfære utarbeider relativt stabile ytringer, som han kaller talesjangre. Talesjangre er altså normer om hvordan vi uttrykker oss i ulike situasjoner, og er nødvendige for at vi skal kunne forstå hverandre (Hågvar 2003: 42). Ifølge Bakhtin (2005: 39) er det essensielle kjennemerket til ytringa at den er rettet til noen. Vi ytrer oss for å få en form for respons, samtidig som vår egen ytring er et svar på tidligere ytringer fra oss selv eller andre. Bakhtins ideer om at sjangrene er sosialt betinget er bredt akseptert innen tekstvitenskapen, og de fleste moderne sjangerteorier er ulike retninger innenfor en slik grunnforståelse (Hågvar 2003: 43).

Pragmatisk sett er sjangre en instans som koder tekstuelle forventninger. Når vi oppfatter en tekst som en del av en sjanger, blir derfor meningsinnholdet i teksten mer forutsigbart (Berge og Ledin: 2001: 6). Carolyn Miller (2001: 32) påpeker også hvordan sjanger får mening fra situasjonen og den sosiale konteksten som situasjonen oppstod i. Både den tekstuelle konteksten, den situasjonelle konteksten og den kulturelle konteksten har derfor noe å si for hvordan man kategoriserer sjangre. I analysen støtter jeg meg til Ledins (1996: 29–32) forsøk på å avgrense sjangerbegrepet: En sjanger kobler tekster til en gjentakende sosial prosess der mennesker samhandler gjennom tekster, en sjanger innebærer prototypforestillinger om tekstutformingen og en sjanger er normalt navngitt, og dermed språklig og sosialt kodifisert. I tillegg er en sjanger en tradisjon som tas i bruk i en situasjon, som gjør at sjangre forandres over tid.

2.5 Register

Registeret sier noe om tekstens spesielle uttrykksform og defineres gjerne som et «kompleks av meninger som vanligvis assosieres med en spesiell form for felt, relasjon og mediering» (Halliday 1998b: 105). Det er altså ”måten å gjøre noe på” eller ”måten å framstille noe på” (Hellspong og Ledin 2004: 198). Et register omfatter de uttrykkene, den leksikogrammatikken og de fonologiske trekkene som vanligvis følger eller realiserer de komplekse meningene. I tillegg kan et register ha indeksikalske trekk, indekser gjennom særskilte ord, spesielle grammatiske signaler og fonologiske signaler. Disse trekkene hjelper deltakerne med å forstå hvilket register det er snakk om. Mens en dialekt kan beskrives som språkvariasjon i forhold til språkbrukeren, defineres register som språkvariasjon i forhold til bruk. Registeret er dermed det man til enhver tid snakker avhengig av hva man gjør og av typen aktivitet språket brukes i (Halliday 1998b: 105, 109). I følge sosialsemiotikken er språkssystemet utviklet slik at det sosiale systemet predikeres av teksten. Dermed kan slutninger vi trekker om felt, relasjon og mediering i situasjonen gjøre at vi vet hvilke registre vi trenger for delta i en bestemt sosial situasjon (Halliday 1998c: 262). For *Radioresepsjonens* lyttere vil dermed situasjonskonteksten indikere hvilke registre man bør gjøre tilgjengelige for å forstå programmet. Videre kan man anta at lyttere som kjenner *Radioresepsjonen* vil gjenkjenne registre som kan identifiseres i alle radioresepsjonsprogrammene.

Forskjellen mellom register og sjanger kan til tider virke noe uklar. John M. Swales (1990: 40) påpeker at tendensen til å skille mellom sjanger og register har kommet i nyere tid med den systemiske skolen. Barbara Couture (1986: 82) tydeliggjør skillet, og forklarer hvordan registre dreier seg om *generaliserbare stilistiske valg*, for eksempel når det gjelder vokabulær og syntaks, mens sjangre dreier seg om tekststruktur på et høyere nivå. Sjangre kan bare realiseres i tekster som utgir seg for å være ferdige, fordi den spesifiserer koder for begynnelse, midtdel og avslutningen av en tekst. Et register kan derimot identifiseres i tekstens ulike deler, fordi det konsentrerer seg om mindre bestanddeler i teksten. Dermed kan en sjanger ha flere utfyllende registre, der kommunikativ suksess med en tekst avhenger av et hensiktsmessig forhold mellom sjangre og registre. På samme tid er sammensetningen av registre med på å definere *Radioresepsjonen* som sjanger fordi lytterne har visse forventninger til tekstens helhetlige

struktur (Couture 1986: 85). Et register som bryter med lytternes oppfatning av *Radioresepsjonen* som sjanger, kan dermed ødelegge den kommunikative kontrakten mellom sender og mottaker.

Hellspong og Ledin (2004) viser hvordan stilanalyser kan bygge på motsetningspar, som kan oppfattes som ytterpoler på en ”stilaxel”. For å følge Hallidays begrepsapparat bruker denne oppgaven ”registerakser” om motpolene som kan betraktes gjennom fire ulike akser:

Ideasjonelle, mellompersonlige, tekstuelle og kontekstuelle registerakser. Hellspong og Ledin (2004: 199) karakteriserer språklige elementer som vitner om et visst stildrag for ”stilmarkører”, mens ”registermarkører” blir brukt i denne oppgaven. I deres analysemodell inkluderer de en rekke såkalte ”stilaxler”, men denne analysen bruker bare tid på de registeraksene som best forklarer registeret i *Radioresepsjonen*. Som nevnt belyser den mellompersonlige og tekstuelle metafunksjonen oppgavens problemstilling. Gjennom analysen vil det også bli gjort forsøk på å tegne et bilde av mulige modellsendere og modellmottakere som deler egenskaper med de tekstlige størrelsene som registeret legger opp til.

2.6 Semiotisk rom

Karlsson og Ledin (2000) viser hvordan en hjemmeside er bygd opp ved hjelp av en startside som fungerer som utgangspunkt for teksten. Ved å etablere en ramme for teksten, gir man inntrykk av at teksten også fungerer som en avgrenset enhet. En slik enhet kan kalles et semiotisk rom: ”Et semiotisk rom ser vi som en konventionelt (och inte sällan materiellt) avgränsad enhet inom vilken läsaren tolker textbildande element som sammanhängande (Karlsson og Ledin 2000: 13)”. Både radio- og tv-programmer er konvensjonelt avgrensede enheter der mottakeren tolker tekstelementer som sammenhengende, og på den måten kan de vurderes som ulike semiotiske rom. Teksten er altså omgitt av et imaginært rom som begrenser adgangen til mottakerne. For å ta del i et semiotisk rom må man, som i alle andre rom, komme seg over en terskel. Hågvar (2003: 52) definerer paratekster som ”ord eller fraser som fungerer som en terskel inn til teksten”, mens Karlsson og Ledin (2000: 9) forklarer hvordan en paratekst ”[...] varken befinner sig innanför eller utanför hovedtexten, utan utgör et eget textslag som har tiluppgift at introducera och perspektivera den”. Det vil si at man får hjelp av paratekstene som fungerer som et adgangskort for å komme seg over terskelen til det semiotiske rommet. Først når man er over terskelen og inne i det semiotiske rommet, vil man ha mulighet til å forstå teksten.

2.7 Kommunikasjon

Den sosiosemiotiske tilnærmingen studerer språk som kommunikasjon. Det vil si at forståelsen av *Radioresepsjonen* som tekst også innebærer hvordan teksten kommuniserer. Ordet *kommunisere* har sin opprinnelse i det latinske ordet *communicare*, som betyr ”å gjøre felles” (Svennevig 2009: 49). Kommunikasjonen inkluderer dermed både sendersiden og mottakersiden i en kommunikasjonssituasjon. Begrepene «sender» og «mottaker» har møtt kritikk for å være preget av en informasjonsteoretisk måte å forstå kommunikasjon på etter tradisjonen av Shannon og Weaver. Av mangel på andre gode begreper, vil oppgaven likevel ta i bruk begrepene for å gi oversikt over hvem som er hvem i en kommunikasjonssituasjon. Deler av kommunikasjonsprosessen kan forklares ved å vurdere kommunikasjonskontrakten mellom deltakerne i en kommunikasjonsprosess. I tillegg er begreper som modellsender og modellmottaker med på å belyse kommunikasjonssituasjonen.

2.7.1 Kommunikasjonskontrakt

Kommunikasjon er bare mulig når senderen og mottakeren skaper mening i fellesskap. Slik samhandling innebærer at deltakerne tilpasser seg hverandre og koordinerer sine språkhandlinger på mange plan. På det første planet henvender deltakerne seg til hverandre slik at de oppfatter atferden som uttrykk for en kommunikativ intensjon (gjensidig intensjonalitet). På det neste planet benytter deltakerne språklige og ikke-språklige tegn som må være forståelige for deltakerne (gjensidig rasjonalitet). På det tredje planet uttrykker vi innholdet på en måte som tar hensyn til den gjensidige bakgrunnskunnskapen, som avgjør hvor mye som må uttrykkes eksplisitt for at det er mulig for mottakeren å trekke rette slutninger. På denne måten samarbeider vi med hverandre om å skape en ”kontrakt” som vi må akseptere om vi vil kommunisere med andre mennesker (Svennevig 2009: 69, 79–80). Denne kommunikasjonskontrakten kan beskrives som en implisitt kontrakt mellom to eller flere deltakere i en kommunikasjonsprosess som i hovedsak gjelder hva det kommuniseres om, hvordan det skal kommuniseres og hvilket stilistisk/ekspressivt nivå som er legitimt (Berge 2010, forelesning). Deltakerne som former kommunikasjonskontrakten kalles gjerne modellsender og modellmottaker. Disse inngår i tekstens intensjonalitet (Berge 2008: 43).

2.7.2 Modellsender og modellmottaker

Den som leser en tekst, eller i dette tilfellet lytter til en tekst, vil ut fra tekstlige signaler danne seg et bilde av avsenderen (Hågvar 2003: 97). Begrepet er utviklet av Umberto Eco i *The Role of the reader* (1979) og videreutviklet til kategoriene «modellsender» og «modellmottaker».¹¹

Modellsenderen kan beskrives som «den instansen som deltakerne i kulturen tilkjenner intensjonalitet og kompetanse til å skape teksten relevant i forhold til situasjonen» (Berge 2008: 52). Videre beskrives modellsenderen som en instans som er skapt av kulturen som sender av teksten. Når man leter etter modellsenderen gjennom tekstlige signaler, blir den *faktiske* senderen egentlig uvesentlig. Det vil likevel være mulig for leseren å identifisere seg med lesingene som modellsenderen legger opp til. For å innta en leserposisjon som gir tilgang til tekstens mening, må modellsenderens identitet aksepteres (Berge 2008: 52–53).

Den relevante forståelsen som modellsenderen legger til rette for skjer gjennom å etablere den såkalte modellmottakeren. En modellmottaker forstår ytringen slik modellsenderen vil at den skal forstås. Det gjør at modellmottakeren og modellsenderen er tekstlige størrelser som vurderes i forhold til hverandre (Berge 2008: 42). I *Spørsmålet om talegenrane* (2005) hevder Mikhail Bakhtin at alt vi sier foregriper én eller flere svarende ytringer. Modellmottakerne kan beskrives som dem som kommer med relevante svar på slike ytringer. Om man kjenner disse ”mottakerne”, kan man også se for seg mange av svarene og dermed forutsi både det som er sagt og usagt i teksten. Modellmottakerne er ikke empiriske mottakere, men adekvate lesemåter eller mottakere-i-teksten som faktiske lesere kan strekke seg mot og etterlikne under lesningen. En bestemt modelleser trenger dermed ikke ha de samme egenskapene som en bestemt målgruppe (Tønnesson 2006: 44). En tekst kan gjerne inneholde mer enn én modellmottaker, men aldri et ubegrenset antall.

For å identifisere modellmottakeren tar Tønnesson (2004: 145) i bruk en prosedyre der man identifiserer ulike situasjonskonteksters kommunikative mål, undersøker relevante retoriske strategier, fortolker eksplisitte spor i teksten og rekonstruerer rimelige responser på konkrete ytringer. I denne oppgaven vil først og fremst tolkningen av eksplisitte spor i registeranalysen bidra til å identifisere modellmottakeren, men de andre stegene vil også berøres i analysen. Til

¹¹ Begrepet modelleser eller modellytter kan også benyttes. Men i og med at radio- og tv-programmer har både modellyttere og modelleseere, blir modellmottakerbegrepet brukt som en fellesbetegnelse i denne oppgaven.

slutt kan det være verdt å merke seg at teorien om modellmottakere ikke innebærer noen påstand om et skarpt skille mellom tekst og kontekst. Disse henger sammen, og dermed er det naturlig å se for seg at modellmottakerne blir forandret når konteksten endres (Tønnesson 2006: 44). En kommunikasjonskontrakt etableres når den eller dem som ytrer seg tillegges status som rasjonelt handlende aktører og ytringen tillegges intensjonalitet(er) (Berge 2008: 41). I og med at det er modellsenderen og modellmottakeren som tilkjennes intensjonalitet, er det naturlig at det er de som inngår kommunikasjonskontrakten i teksten.

2.8 Valg og avgrensning av materiale

Analysen av *Radioresepsjonen* tar utgangspunkt i fire ulike radioprogrammer fra samme uke. Uke 49 i 2009 er først og fremst valgt fordi det er den uken der flest podkaster har blitt lastet ned med 230 300 nedlastinger (NRK 2009b). Det høye antallet podkastnedlastinger gjør det mulig å anta at programmene i uken var av høy kvalitet og representative for resten av programmene. At *Radioresepsjonen* hadde gått en over lengre tid på dette tidspunktet, gjør også at man kan forestille seg at programmets uttrykk og innhold var veletablert. Det er valgt fire radioprogrammer for å få med de ulike dagene i løpet av en uke med sendinger. Slik dekker analysen de ulike spaltene i programmet som er plassert på faste dager. De fire tv-programmene som er valgt, ble sendt før jul i 2010 og kalles episode 5, 6, 7 og 8. Utvalget er først og fremst gjort av hensyn til oppgavens tidsbegrensning. For å levere oppgaven i mai 2011, måtte helst analyseprogrammene være sendt før januar 2011 for at det skulle bli nok tid til å bearbeide materialet. Likevel var det greit å ikke foreta en innholdsanalyse av de aller første programmene som ble sendt, fordi innhold og uttrykksform sannsynligvis var mindre etablerte i de aller første episodene av *Radioresepsjonen på TV*.

Både radio- og tv-programmene er analysert ved hjelp av opptak som ligger på Internett. Alle radioprogrammene finnes som gratis podkaster på iTunes.¹² De fire radioprogrammene som analyseres er også lagt ved som cd-plater helt bakerst i oppgaven.¹³ Tv-programmene ligger ute på NRK nett-tv.¹⁴ At analysene baserer seg på opptak, gjør analysesituasjonen for radio- og tv-

¹² Datoene for radioprogrammene som utgjør analyseobjektet er: 30.11, 01.12, 02.12 og 03.12 i 2009.

¹³ Cd-platene er komprimerte versjoner av radioprogrammene der musikken er fjernet. Derfor stemmer ikke tidsanslagene i vedlegg 4 med tidsanslagene på cd-platene.

¹⁴ <http://www.nrk.no/nett-tv/prosjekt/1890/>

programmet noe ulike, fordi analysen av radioprogrammet baserer seg på et direktesendt program, mens analysen av tv-programmet baserer seg på et opptak. For radioprogrammets del endrer situasjonskonteksten seg fra når programmet blir sendt direkte, til man lytter til opptaket av direktesendingen når programmet skal analyseres. Tv-programmet, som uansett sendes i opptak, vil ikke ha det samme spriket fra når programmet blir sendt (opptak) til analysesituasjonen (opptak).

2.9 Framgangsmåte

Denne analysen tar utgangspunkt i en rekonstruerende metode. Det er en metodisk tilnærming som er kvalitativ og tolkningsbasert, og den bygger på metoder som er utviklet innen sosialemiotikk og moderne tekstvitenskap. Teorigrunnlaget innebærer et syn på språk som tekst og kommunikativ praksis, der det undersøkes forutsigbare mønstre i meningsskapingen. Den rekonstruerende metoden bygger på tre grunnprinsipper: Det første grunnprinsippet er at analysen må bygge på forståelse framfor observasjon. Normene er ikke tilgjengelige dato som observeres, men snarere en rekonstruksjon av forskerens forståelse av hvordan budskapet blir meningsfullt. Det andre grunnprinsippet tar utgangspunkt i at det heller må gis en forklaring av hvordan det skapes mening i teksten framfor en beskrivelse av hvordan teksten ser ut. Til slutt innebærer tekstanalysen en fortolkning av meningskappede tegn framfor en kvantifisering av ulike forekomster (Veum 2008: 62–63).

Den rekonstruerende metoden setter ikke opp hypoteser på forhånd, men forsøker å utvikle dem underveis i analysen. Det innebærer en systematisk, etterprøvbar og kritiserbar slutningsprosess. En slutningsprosess der en forsøker å forstå og slutte seg til hypoteser om sammenhenger mellom indekser og objekt er en abduktiv slutningsprosess.¹⁵ I stedet for å ta utgangspunkt i en rekke regler og teste dem ut på analyse materialet, vil altså denne oppgaven forsøke å gi svar ut fra observasjoner underveis i forskningsprosessen. Dermed får ikke kunnskapen status som sikker sann kunnskap i positivistisk forstand, men heller som sannsynlige eller rimelige hypoteser utviklet vitenskapelig. Poenget er at analyseprosessen gir et kvalifisert grunnlag for utvikling av antakelser og hypoteser. Men hypotesene vil ikke være tilfeldige, fordi antakelsene bygger på konstruksjoner av kvalifiserte sannsynligheter (Veum 2008: 64). Konkrete analyser av

¹⁵ "[...] *abduction* is a reasoning process invoked to explain a puzzling observation" (Aliseda 2006: 28).

Radioresepsjonen og *Radioresepsjonen på TV*, samt innsikt i tekstkulturen og kulturkonteksten vil gjøre det mulig å sette opp mulige forklaringer og teorier på om *Radioresepsjonen* endres når programmet skifter medium.

En forutsetning for å ta i bruk den rekonstruerende metoden er at forskeren kjenner tekstkulturen, slik at forskerens forståelse av tekstkulturen samsvarer med deltakernes forståelse. Samtidig må forskeren være i stand til å tolke atferden til aktørene som normer eller potensielle normer. Det innebærer at forskeren er i stand til å forstå tekstkulturen både som deltaker og tilskuer (Veum 2008: 65–66). Min deltakerkunnskap om *Radioresepsjonen* er den jeg har opparbeidet meg gjennom å høre og se på programmet. Jeg begynte å høre på *Radioresepsjonen* før jeg bestemte meg for denne oppgavens tema, og har dermed en viss forståelse for hvordan programmet kan oppfattes for ordinære lytterne. Da *Radioresepsjonen på TV* begynte sine sendinger, var jeg trolig i ”forskermodus” i større grad. Problemstilling for oppgaven var allerede avklart, og som seer var jeg innstilt på å knytte programmet til mitt tema. Men begge analysene er gjennomført i ettertid med ”forskerbriller” der målet er å svare på en problemstilling. I tillegg til å høre og se på programmet har jeg vært på en av innspillingene til *Radioresepsjonen på TV*. Dermed har jeg skaffet meg et innblikk i hvordan produksjonen foregår. Selv om det er den ferdige teksten som er analyseobjektet, kan erfaringene fra innspilling bidra med bakgrunnskunnskap om tv-programmet og slik være nyttig kunnskap.

2.9.1 Analyseeskjema

Oppgaven er satt sammen av to ulike tekstanalyser, den ene av *Radioresepsjonen* og den andre av *Radioresepsjonen på TV*. For å sammenligne radio- og tv-programmet, følger analysene det samme analyseeskjemaet. Tekstanalysene er satt sammen av fem hovedkategorier: *Kontekst, format, sjanger, register* og *kommunikasjon*. Med utgangspunkt i Veum (2008: 96) kan modellen for tekstanalysen i denne oppgaven skisseres på følgende måte:

Analyse av	Kategorier
Kontekst	Situasjonskontekst Tekstuell kontekst
Format	Formatkomposisjon for en periode Formatkomposisjon for en uke Semiotiske rom
Sjanger	Sjanger Delsjangre
Register	Mellompersonlige registerakser Tekstuelle registerakser
Kommunikasjon	Modellsender Modellmottaker Kommunikasjonskontrakt

Problemstillingen i denne oppgaven er om *Radioresepsjonen* som tekst endrer seg når programmet skifter medium. Hovedfokus er tekstnormer, sjanger og kommunikasjonen mellom aktørene. I tillegg vil konteksten til radio- og tv-programmet belyses for å danne et bakteppe for de ulike tekstene. Forståelsen av tekst bygger på tekstnormer, som i følge Bakken (2007: 58) kan deles inn i stil-, innholds- og komposisjonsnormer. I denne oppgaven vurderes stilnormene gjennom analysen av register, innholdsnormene dekkes i stor grad av situasjonskontekstens felt, og til en viss grad gjennom de generelle beskrivelsene av programmene, mens komposisjonsnormene blir belyst i analysen av format. I og med at ”sjanger er et normbestemt mønster for tekstlig atferd som tjener spesifikke kommunikative formål” (Tønnesson, red. 2002: 228), vil også analysen av sjanger være viktig for å finne ut av om *Radioresepsjonen* endrer seg når programmet skifter medium. Ved å ta utgangspunkt i at tekst betraktes som kommunikasjon, inkluderes også modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakt i analyseskjemaet.

2.9.2 Transkripsjon

For å lette framstillingen av analysen har de delene av programmene som brukes i oppgaven blitt transkribert.¹⁶ Transkripsjonene er kun et hjelpemiddel i analysen og et verktøy for å øke leservennligheten i oppgaven. Det er altså ikke transkripsjonene som blir analysert, men selve radio- og tv-programmene. Transkripsjoner kan nemlig bare betraktes som en delvis representasjon av samtale, og alle som transkriberer må ta valg i forhold til hva som inkluderes og hva som utelates. Disse valgene tas på bakgrunn av hva man ønsker å bruke transkripsjonen til

¹⁶ Se vedlegg 1 for denne oppgavens transkripsjonsnøkkel.

(Johnstone 2000: 117). Dette innebærer at transkripsjonen må inkludere det vi ønsker å analysere, mens den kan utelate aspekter som er uinteressante for analysen. Nøyaktigheten på transkripsjonen må dermed avhenge av formålet (Tønnesson 2002: 58).

Materialet har blitt transkribert med ortografiske former som ligger nært opp til deltakernes målform. En ortografisk transkripsjon fokuserer på ord, mens en fonetisk transkripsjon framhever hver enkelt lyd. Selv om en fonetisk transkripsjon vil være mer nøyaktig enn en ortografisk transkripsjon, er den også vanskeligere å lese. Elinor Ochs (1979: 45) forklarer: "The use of standard orthography is based on the assumption that utterances are pieces of information, and this, in turn, assumes that language is used to express ideas". Så lenge transkripsjonen viser det vi ønsker å analysere, nemlig hvordan språket brukes til å skape mening, trenger vi altså ingen fonetisk transkripsjon som helt nøyaktig beskriver trykk og artikulasjon.

Det denne transkripsjonen må ta hensyn til er hvordan deltakerne kommuniserer seg i mellom. For å få fram relasjonene vil pauser og overlappinger inkluderes i transkripsjonen. Slik er det mulig å danne seg et bilde av avbrytelser og hierarki mellom de som kommuniserer. I tillegg inkluderes latter som gir inntrykk av hvordan stemningen er mellom de tre resepsjonistene. Selv om kroppsspråket er en viktig del av tv-programmene, er ikke det hovedfokus i analysen som først og fremst fokuserer på hva som skjer med verbalspråket og kommunikasjonssituasjonen når *Radioresepsjonen* skifter medium. Derfor blir ikke kroppsspråket i tv-programmet en viktig del av transkripsjonen. Forflytninger i studio, eventuell kroppskontakt mellom resepsjonistene og øyekontakt med kamera vil likevel inkluderes fordi det er elementer som forklarer hva som skjer, som påpeker relasjonen mellom resepsjonistene og som kan påvirke hvordan tv-seerne opplever kontakten med resepsjonistene. Gjennom oppgaven vil det presenteres nummererte teksteksempler som del av analysen. Teksteksemplenes umiddelbare kontekst, dato og tid er lagt ved i vedlegg 2.

2.9.3 Intervju

Det kan være nyttig å snakke med deltakere i kommunikasjonsprosessen når man analyserer en tekst fordi de kan underbygge våre tolkninger. Gjennom samtaler med tekstens avsendere og mottakere kan også avsenders intensjoner og mottakernes oppfatninger av teksten belyses nærmere (Moen: 2002: 96). I denne forbindelsen er hovedpoenget med intervjuene å få kommentarer og bekreftelser/avkreftelser på fortolkninger i tekstanalysen. Alle intervjuene er

gjennomført som semistrukturerte intervjuer der temaene det skal spørres om er definert på forhånd, som åpner for muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål underveis. For å skape trygghet for både forskeren og informantene er samtaleformen forsøkt ivaretatt under intervjuene (Østbye m. fl. 2006: 102–103). Alle intervjuene er dokumentert ved hjelp av en digital opptaksmaskin, men ikke transkribert på grunn av tidshensyn. Intervjuene blir primært brukt som supplement til analysen, og dermed vil ikke en fullstendig transkripsjon av intervjuene nødvendigvis ha så stor nytteverdi. Etter intervjuene har informantene fått mulighet til å lese gjennom de bidragene som blir brukt i analysen, som sikrer at uttalelsene er forstått på riktig måte.

Fra NRK har Charlo Halvorsen blitt intervjuet i forkant av *Radioresepsjonen på TV*s sendinger og Bjarte Paul Tjøstheim etter at alle tv-sendingene var overstått. I tillegg har mediestudentene Henrik Sanne Kristensen og Ingrid Mjøs blitt intervjuet både før og etter *Radioresepsjonen på TV*s programserie. Charlo Halvorsen er redaksjonssjef i NRKs underholdningsavdeling og har bidratt med informasjon om planene for *Radioresepsjonen på TV* og målsetninger for programmet. Da Halvorsen ble intervjuet i mai 2010, var ikke tema for denne oppgaven bestemt, men hans forsikringer om at tv-programmet ville bli sendt fra oktober 2010, bidro til at mitt arbeid kunne starte. Bjarte Paul Tjøstheim, som er en av programlederne i både radio- og tv-programmet ble intervjuet i april 2011. Han har først og fremst bidratt med viktig informasjon om hvordan begge programmene lages, men har også fått mulighet til å kommentere mine fortolkninger av programmene. Henrik Sanne Kristensen og Ingrid Mjøs har fulgt *Radioresepsjonen* i flere år og har fungert som representanter for mottakergruppen. I oktober 2010 snakket vi om hvordan de opplever *Radioresepsjonen* og om forventninger for tv-programmet, før vi møttes igjen i mai 2011 for en prat om hvilke tanker de sitter igjen med etter at *Radioresepsjonen på TV* er ferdig.

2.10 Analysens bruksverdi

Troverdigheten til oppgavens resultater dekkes av begrepet validitet, som vurderer analysens relevans i forhold til problemstillingen. Altså, klarer oppgaven å vurdere det den planlegger å vurdere? Validitet brukes delvis om hele analysen, og delvis om resultatet av operasjonaliseringen (Østbye m. fl. 2001: 39). For å sikre validiteten i en tekstanalyse bør forskeren gjøre analyseprosedyren mest mulig eksplisitt og transparent, slik at det er mulig å

etterprøve og forstå operasjonaliseringene og tolkningene som resultatene baserer seg på (Veum 2008: 68). Et konkret analyseskjema som er presentert i kapittel 2.9.1 bidrar til at det er mulig å følge og etterprøve operasjonaliseringene og tolkningene. I tillegg er transkripsjonen et hjelpemiddel som til en viss grad rekonstruerer det som blir sagt i programmene og dermed kan etterprøve resonnementer i analysene. Intervjuene fungerer som supplement til analysen, og er med på å styrke oppgavens validitet fordi funn og tolkninger bekreftes eller avkreftes av andre aktører. Slik skal det være mulig å komme fram til en kvalifisert analyse av *Radioresepsjonens* overgang fra radio til tv. Materialets begrensning vil gjøre det vanskelig å generalisere funnene, men det er heller ikke målet med denne oppgaven. Heller enn å komme fram til en generell sannhet forsøker oppgaven å gi en dypere forståelse av hva som skjer når *Radioresepsjonen* skifter medium.

2.11 Kapittelet i korte trekk

Teoridelen i dette kapittelet har presentert teorigrunnlaget som brukes i analysen av *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*. Målet med analysen er først og fremst å finne ut om *Radioresepsjonen* som tekst endrer seg når programmet skifter medium. Både radio- og tv-programmet blir analysert ved hjelp av det samme analyseskjemaet som er satt sammen av fem ulike hovedkategorier: *Kontekst, format, sjanger, register* og *kommunikasjon*. Forhåpentligvis kan analysen bidra til å skape en dypere forståelse av hva som skjer når *Radioresepsjonen* skifter medium, framfor å framstille generaliserende funn. Oppgaven har en sosialsemiotisk tilnærming til språket og tar utgangspunkt i en abduksjonsbasert metode for å avdekke mønstre i meningsskapingen.

3. Analyse av Radioresepsjonen

"Kan'ke knipse for alt liksom" (Steinar Sagen)¹⁷

3.1 Radioresepsjonens situasjonskontekst

Beskrivelsen av *Radioresepsjonens* situasjonskontekst vil basere seg på programmets felt, relasjon og mediering. Disse begrepene benyttes for å skaffe innsikt i hvilke faktorer som er relevante for språkbruken i de ulike delene av situasjonskonteksten. I den forbindelse vil jeg understreke at det ikke er vanntette skiller, men glidende overganger mellom de ulike komponentene i en sosial situasjon (Vagle 1990: 89). Før *Radioresepsjonens* situasjonskontekst presenteres, bør det igjen påpekes at alle programmene legges ut som podkast. Denne redegjørelsen av situasjonskonteksten baserer seg på et direktesendt program, mens *Radioresepsjonen* analyseres ved hjelp av podkast. Situasjonskonteksten vil være nokså ulik om man hører programmet direkte eller om man lytter til en podkast flere uker senere. Blant annet vil muligheten til å bidra med egne innslag i programmet forsvinne når man lytter til *Radioresepsjonen* i ettertid.

3.1.1 Felt

Som beskrevet i kapittel 2.4, refererer situasjonskontekstens felt til det som skjer (Halliday 1998a: 76). *Radioresepsjonen* kan kort beskrives som et radioprogram på NRK P3 som forsøker å underholde sine lyttere. Programmet er et typisk magasinprogram som er bygd på relativt korte, avsluttende innslag, og som har et jevnt skifte mellom poplåter og snakkeøkter (Eide og Nyre 2004: 217). *Radioresepsjonen* ledes som nevnt av Steinar, Tore og Bjarte, som gjennom hele programmets historie har insistert på å kalle det de driver med for lettbeint underholdning framfor humor. Ved å velge en slik løsning mener resepsjonistene selv at de har ryggdekning om noe ikke er så fryktelig morsomt, fordi de kan unnskyldes seg med at de bare driver med lettbeint underholdning (Sagen m.fl. 2010: 48). Selv om resepsjonistene reserverer seg, kan *Radioresepsjonen* betraktes som et humorprogram uten annen uttalt agenda enn å underholde (Kittilsen 2009: 41).

¹⁷ *Radioresepsjonen* 02.12.2009

Et typisk program varer i to timer, der omtrent én time er musikk, mens den resterende timen består av prat, spalter og to forhåndsproduserte innslag. Hver dag har sine faste spalter, slik at lytterne vet hva de kan vente seg om de slår på *Radioresepsjonen* en bestemt dag. Programmet sendes direkte fra et studio på Marienlyst, og har hatt ulike sendetider fra det startet i 2006. I perioden fra 2007 til 2010 har sendetiden vært fast fra klokka 10.02 til klokka 12, mandag til torsdag. *Radioresepsjonen* er del av en lisensfinansiert allmennkringkaster og Vagle (1990: 84) påpeker at den sosiale aktiviteten i slike programmer er avhengig av NRK sin programpolitikk, journalistiske retningslinjer, regler for språkbruk og institusjonens rolle i det sosiale systemet.

I verbale situasjoner inkluderer Vagle (1990: 84) hva som blir sagt og hvilket emne som blir omtalt i situasjonskomponenten felt. I det følgende vil også lyden inkluderes i programmet når feltkomponenten beskrives. I *Radioresepsjonen* hører vi tre forskjellige programlederstemmer. De tre stemmene har individuelle særtrekk, men ser samtidig ut til å følge samme norm for hvordan man bruker stemmen i *Radioresepsjonen*. Programlederne fniser og ler ofte, samtidig som praten virker lite planlagt. Dette gir inntrykk av at det er en lett og ledig stemning i studio. I utdraget under ser vi hvordan latteren sitter løst og kan fungere som oppmuntrende samtalemarkører for den som har ordet:

Teksteksempel 1

Tore: NRK lekker, dessverre
Bjarte: [@@]
Steinar: [Har] gjort det i mange år.
Tore: Jada.
Steinar: Men, ikke snakk om lisensen, Tore.
Da blir folk så
Tore: Omforlatelse, jeg tråkket i salaten nok en gang sånn som jeg så ofte gjør.
Steinar: [Ja@]
Bjarte: [@]

Emnevalgene i *Radioresepsjonen* varierer fra det helt hverdagslige til det svært utradisjonelle. Fordi det er så store variasjoner er det utfordrende å beskrive konkrete emnevalg. Det ser ikke ut til å være noen grenser for hva resepsjonistene bør unngå å snakke om, som bekreftes av de medvirkende i *Radioresepsjonen*. De hevder at alt som ytres i programmet gjøres i en spesiell tone, som er med på å ufarliggjøre det de sier (Kittilsen 2009: 52). I løpet av en sending blir en rekke svært forskjellige emner tatt opp. Sprangene mellom ulike emner kan være store og skje i

løpet av kort tid. Dermed kan en samtale fort dreie seg om hvordan man uttaler et bandnavn, før den går over til at Steinar synger en kjent barnesang i løpet av få sekunder:

Teksteksempel 2

((musikk avslutter))

Steinar: Meet me at the Iqvinox, Eqvinox.
Det uttales litt forskjellig i hvor man befinner seg i verden altså.
Hvis man er i USA så er det én ting, også ja, bør ikke.
Meet me at the Eqvinox heter'n.

Bjarte: Det er litt sånn med sånn potato, poteto, potato og.
Det er litt sånn forskjellig fra=

Steinar: Ja helt riktig.

Bjarte: = man er. Ja. Mmm.

Steinar: Veldig.
Kan du synge sangen?

Bjarte: Hmm @ [Nei]

Tore: [Vær] så snill a.

Bjarte: Eg kan ikkje@

Tore: Det hadde vært så hyggelig for [både]

Steinar: [Some] say tometo, some say tomato.
Potato, dududu (synger). Er'n ikke sånn a?

Blant de mer kontroversielle emnene i *Radioresepsjonen* finner vi for eksempel prat om kroppsvekt. I januar 2009 skapte Mira Craig-kontroversen debatt da resepsjonistene diskuterte hvorvidt artisten Mira Craig var feit eller bare på grensen til å være lubben (Sagen 2010: 66–73). Et annet (påtvunget) emnevalg er at resepsjonistene må snakke om musikken som sendes i *Radioresepsjonen*. I P3 er hovedregelen at programlederne skal snakke positivt om musikken og heller unngå å omtale den om man ikke har noe positivt å si. Musikken i *Radioresepsjonen* blir bestemt av musikkprodusentene i P3 som har ukentlige møter der de diskuterer hvilke låter de synes er bra og som passer å spille på ungdomskanalen (Sagen m. fl. 2010: 54).

Når det gjelder lydbildet i programmet, finner vi stemmer, musikk, miljølyd og lydeffekter (Eide og Nyre 2004: 97). Miljølyden betraktes som ”vanlige lyder”, og lydeffekter beskriver lyder som er laget ved hjelp av miksebordet i studio. I *Radioresepsjonen* er det stemmer og musikk som utgjør kjernen i programmet, mens miljølyd og ulike lydeffekter fungerer mer som et bakteppe. Programmets jingler, som lages av Tore (Sagen m. fl. 2010: 174), kan også betraktes som en del av musikken i programmet. Jinglene består av en blanding lydeffekter, musikk og stemmebruk, og har ofte en lystig og uhøytidelig framtoning. Dermed er de med på å skape en uformell

stemning i programmet. Jinglene i *Radioresepsjonen* presenterer som regel delsjangrene i programmet, og har som oppgave å få lytterne til å forstå hva det er som kommer.¹⁸

Miljølyden i *Radioresepsjonen* blir først og fremst fanget opp av mikrofonene i studio, men kan også være en del av de ulike innslagene i programmet. Miljølyden i studio kan deles inn i somatiske lyder og andre lyder, der somatiske lyder betegner lyder som kroppen lager, mens andre lyder lages av gjenstander eller i studio, for eksempel klokketikking og signalhorn (Åbrink 1998: 385). Miljølyden i studio består først og fremst av somatiske lyder. Et eksempel på det kan være knipsingen som brukes for å vise begeistring i studio, som forklares nærmere i kapittel 3.1.3. Utdraget under viser hvordan resepsjonistene lager en rekke ubestemmelige somatiske lyder. Lydene kommer gjerne før eller etter musikkinnslag, som en slags hilsen eller avskjed til lytterne, men de kan også komme som entusiastiske tilrop. I og med at lydene er forskjellige fra gang til gang, er det trolig ikke noe mønster i når de ulike lydene brukes:

Teksteksempel 3

((Radioresepsjonens åpningsmelodi))

Tore: Æuuuuu!!!

Steinar: Arrriba (ruller på r-en)

Bjarte: Yayayaya!

Steinar: Jace Ewerett ga deg Bad Things fra TV-serien True Blood i Radioresepsjonen på NRK P3. Tore Sagen, Tjo bing!

Tore: Tjo Bing til deg.

Selv om det først og fremst er somatiske bakgrunnslyder i programmet, hender det også at andre lyder får plass i programmet. Det er sjelden ferdigsnekrede studiolyder, men først og fremst virkelige gjenstander som lager lyd. En fast miljølyd i *Radioresepsjonen* er softgunskuddene som dukker opp mot slutten av sendingen, fordi en av programleiderne blir skutt i hvert eneste program. Skuddene viser lytteren at skytingen faktisk foregår, og offerets smertehyl forsterker inntrykket hos lytteren. I utdraget under høres lyden av en sjokkmaskin i studio som er i ferd med å avgjøre hvem av resepsjonistene som skal bli skutt med softgun i slutten av episoden.¹⁹

¹⁸ Delsjangrene beskrives nærmere i kapittel 3.6.

¹⁹ Sjokkmaskinen fungerer som en slags strømrullett der resepsjonistene må putte en finger inn i maskinen, før maskinen gir én av dem et tilfeldig støt. Den av resepsjonistene som får støt blir senere skutt med softgun (Sagen 2010: 59).

Sjokkmaskinen piper mens den teller ned til en av resepsjonistene får støt, og bidrar til å gjøre opptrinnet i studio mer levende:

Teksteksempel 4

Tore: Det er jeg som får den.
Bjarte: Eg orker ikkje (...)
(Stille mens sjokkmaskinen piper)
Tore: Nei, jeg får den jeg. Det er jeg som får den.
Steinar: Æhhh!! [Dededede!]
Tore: [Åh@@@]

I tillegg til radiomediet bruker *Radioresepsjonen* Internett aktivt som en del av programmet. Sidene fungerer som et supplement til allerede trofaste lyttere, og humoren som presenteres på nettsidene er den samme som humoren i radioprogrammet. Dermed fungerer ikke nettsidene som en rekrutteringskanal for nye lyttere, men som et forum der eksisterende lyttere kan delta med innspill til programmet. Nettsidene er med på å gjøre at *Radioresepsjonen* kan betraktes som et helhetlig konsept, der nettsidene utfyller radioprogrammet og byr på eksklusivt innhold man ikke finner i programmet (Kittelsen 2009: 70). Det eksklusive innholdet kan for eksempel være bilder av ting som resepsjonistene snakker om i programmet eller videoer av resepsjonistene som snakker om ting som ikke nødvendigvis har vært tatt opp i programmet. Slik fungerer nettsidene som en slags visuell ressurs for radioprogrammet der resepsjonistene har mulighet til å vise lytterne det som de bare hører om på radio.

3.1.2 Relasjon

Denne komponenten i situasjonskonteksten refererer til hvem som deltar, til hvem deltakerne er og til hvilken status og rolle de har. I tillegg ser relasjonskomponenten på hva slags rolleforbindelser som hersker mellom deltakerne, hvilke talehandlinger de tar seg av og andre sosialt betydningsfulle forbindelser som deltakerne er involvert i (Halliday 1998a: 76).

Radioresepsjonen består av tre programledere som har ulike roller i programmet. I følge Kittilsen (2010: 59–60) er utgangspunktet for rollefordelingen å være seg selv, men å fjerne noen egenskaper og forsterke andre. Dette kan også beskrives som selvspill, som innebærer at det foregår en sammenglidning av elementer fra privatlivet og medienes etablerte rollereportoar (Ytreberg 2002: 9). Steinar er programleder og holder den generelle oversikten, Bjarte er den utilregnelige sidekicken som kan si de mest bisarre tingene, mens Tore fungerer som bedreviter

og lydtekniker (Sagen 2010: 18). I tillegg til å være utilregnelig sidekick har Bjarte også rollen som den underdanige hakkekyllingen. Han blir utsatt for degradering internt i programmet fra de to andre programlederne, og er så bevisst sin rolle som underdanig at han sier tåpelige ting med vilje for å stille seg til hogg fra de andre resepsjonistene (Kittilsen 2010: 59–60):

Teksteksempel 5

Bjarte: Ana L. Eh. [Det var ikke]
Tore: [Jeg synes ikke] det fungerer.
Steinar: Er DET gøy?
Bjarte: Nei, det var ikkje gøy.
Steinar: Nei.
Bjarte: Eg vet eg burde droppa det.

Sigmund Ongstad (1996: 166) bruker posisjoneringsbegrepet når han beskriver relasjoner, og mener at forestillingen om posisjonering er mer dynamisk enn det statiske rollebegrepet. Selv om en radiosending kan skape en karakteristisk programlederrolle, er ikke programlederen en statisk størrelse fordi roller konstant er utsatt for endringspress. Programlederne må hele tiden relatere seg i forhold til sine egne følelser, innholdet i sendingen og til dem som hører på. Ytreren posisjonerer seg også med innflytelse fra sjangerelementer, som sier oss at resepsjonistene tar hensyn til *Radioresepsjonens* sjanger når de posisjonerer seg. Selv om Ongstad (1996) lanserer posisjonering som et alternativ til rolle, påpeker han at det kan være fruktbart å summere posisjoneringstereotyper i roller. Da kan roller betraktes som den mer fikserte, varige posisjoneringen.

Et eksempel på en posisjoneringstereotypi er Steinar som programleder. Steinars programlederrolle er som nevnt karakteristisk og konstant, selv om han posisjonerer seg ulikt i de forskjellige delsjangrene. I *siste 24* er det for eksempel mer tydelig at Steinar posisjonerer seg som en slags leder over Bjarte og Tore ved at han bestemmer hvem som får ordet og introduserer de andre resepsjonistene.²⁰ I andre deler av programmet kan det være at Tore eller Bjarte posisjonerer seg som en slags leder over Steinar. Om det for eksempel er *stavmixer* som er *dagens post*, vil den som har ansvaret for stavmixblandingens også ha ansvaret for å lede posten.²¹

²⁰ *Siste 24* beskrives nærmere i kapittel 3.6.1.

²¹ *Dagens post* beskrives nærmere i kapittel 3.6.4.

Da er Steinar nødt til å posisjonere seg under den som leder, selv om det fortsatt er Steinar som kalles programleder.

De tre resepsjonistene kan påstås å danne en lukket gruppe, der ingen av resepsjonistene kan erstattes. Dette poenget illustreres av Vilde Batzer, redaksjonssjef i *Radioresepsjonen*, når hun beskriver planene for programmet når Steinar skal ut i pappapermisjon: ”Vi vurderte å få inn en vikar for Steinar, men det er de tre gutta som er *Radioresepsjonen*, så da skal heller Bjarte og Tore få gjøre andre ting i mellomtida” (Dagbladet 2011). Resepsjonistene selv tror også at lytterne synes at dynamikken dem i mellom, uenigheter og rollefordeling ofte er vel så morsomt som det som faktisk blir sagt (Kittilsen 2010: 48). Likevel har det vært brukt vikarer i programmet når resepsjonistene har vært syke eller av andre grunner ikke har kunnet komme på jobb. En periode hadde også radioprogrammet gjester i studio, men ifølge resepsjonistene selv ga det ikke mersmak å ha fremmede i studio: ”Kanskje var det følelsen av å dele vårt sære univers med utenforstående som gjorde at det følte rart” (Sagen m.fl. 2010: 308).

Programlederne kan ikke se publikummet sitt, men får stadige innspill fra dem gjennom sms og e-post. Det gjør at de lytterne som kjenner konvensjonene for hvordan man bidrar med innspill til programmet også kan betraktes som deltakere i programmet. For å få sitt bidrag lest opp på lufta må man nemlig vite hvilken dag som har de ulike spaltene og hva som kreves av innspillet for at det skal vurderes som morsomt nok til å få sendetid. Den tredje delen av relasjonen er de ”passive” lytterne som ikke bidrar med innspill til programmet. Ved å dele lyttergruppen i to på denne måten, viser det seg et skille mellom de som sender teksten (programlederne), de som mottar teksten (de passive lytterne) og de som gjør begge deler (de aktive lytterne).

3.1.3 Mediering

Medieringen i situasjonskonteksten refererer til hvilken rolle språket og andre semiotiske ressurser spiller, og til hva deltakerne forventer at språket skal gjøre for dem i denne situasjonen. I tillegg inkluderes blant annet den symbolske organiseringen av teksten og kanalen (Halliday 1998a: 76–77). For å starte med mediet, så skaper det visse fysiske muligheter og begrensninger for hva slags samhandling som kan foregå, og slik favoriseres noen former for kommunikasjon (Svennevig 2009: 150). I *Radioresepsjonen* er medieringen en offentlig handling gjennom massemediet radio. Radiomediet henvender seg bare til hørselssansen, og gjør at mediet kan beskrives som monomedialt siden det bare kan oppleves av én av sansene (Kress og van Leeuwen

2001: 67). Men *Radioresepsjonen* er likevel en multimodal tekst med prat, musikk og andre lyder. At en tekst er multimodal innebærer at ulike modaliteter, altså måter å uttrykke mening på, er knyttet sammen til et helhetlig uttrykk (Bakken 2009: 87). Både musikk, tale, miljølyd og lydeffekter er vidt forskjellige måter å uttrykke mening på, men sammen danner de en forståelig helhet.

På radio er programledernes oppgave å skape en illusjon av samtidighet og nærvær, men også å åpne for fantasi og nysgjerrighet hos lytteren (Åbrink 1998: 390). Det handler om å skape innlevelse hos dem som hører på, som i utgangspunktet bør være enkelt fordi lyd er et kulturelt uttrykk som vekker tillitt på grunn av sin sanselige form. Stemmer, musikk og lyden av kjente hverdagsaktiviteter påvirker oss ved å være gjenkjennelige, og det gjenkjennelige er igjen retorisk virksomt (Eide og Nyre 2004: 15). Radiomediet er et raskt medium, som gjør det spesielt egnet til å formidle aktuelle hendelser (Svennevig 2009: 150). Denne fordelene tar *Radioresepsjonen* i bruk ved blant annet å oppsummere hva de har gjort de siste tjuefire timene. I tillegg kommuniserer de med lyttere under sending, som kun er mulig fordi programmet sendes direkte.

Hellspong og Ledin (2004: 54–55) inkluderer språklige koder i situasjonskontekstens mediering. Disse kodene kan være både brede og smale, og *Radioresepsjonens* språkbruk kan vurderes som del av en smalere kode fordi den bare forstås av en spesifikk gruppe mennesker. I programmet bruker programlederne språket som formidlingsverktøy ovenfor lytterne, men også for å regulere den sosiale atferden i programmet. *Radioresepsjonen* har mange konvensjoner som tar utgangspunkt i det språklige, og humoren i programmer baserer seg til dels på tegn og språk for de som kjenner radioresepsjonsdiskursen. Dermed er det mulig å se på den sosiale atferden som strengt regulert. Kittelsen (2010: 48) forklarer hvordan humoren i *Radioresepsjonen* kan sammenlignes med humor som er typisk for en vennegjeng, der egne språkkoder gir mening for dem som er med i gjengen. En av konvensjonene er at man skal skifte ut vokaler i enkelte ord og at man skal gjenta spesifikke ord.²² Ordet ”postkasse”, må for eksempel alltid gjentas av hver programleder før man fortsetter setningen:

²² Nærmere beskrevet i kapittel 3.4.

Teksteksempel 6

Steinar: Okey.
Og førsteplassen er?
Tore: Nei, der har jeg selvsagt postkassen.
Bjarte: Postkassen
Steinar: Postkassen.
Bjarte: Eg og har postkassen=
Tore: Postkassen
Steinar: Postkassen@
Bjarte: = på førsteplass@
Steinar: Den har jeg på tredjeplass jeg

Knipsing brukes som et auditivt virkemiddel i programmet. Over lengre tid har nemlig resepsjonistene knipset i stedet for å klappe for å vise entusiasme når de er i studio. Den enkle grunnen til det er at klapping ikke høres bra ut på radio, men etter hvert har knipsingen blitt et humoristisk virkemiddel i seg selv. Knipsingen har også spredt seg til lytterne, og det hender man støter på ungdommer som knipser istedenfor å klappe når de er begeistret.

Teksteksempel 7

Tore: Ja, jeg spiste rester fra mandagens mat.
Bjarte: (knipser)
Tore: [@]
Bjarte: [@]
Steinar: Er det,
kan vi prøve å posjonere knipsingen litt utover
til det er noe som er imponerende?
Bjarte: @
Tore: Dette var ikke [særlig]
Steinar: [Er] det, er det ålright?
Bjarte: @ Jo, det er okej @
Steinar: Kan'ke knipse for alt liksom.

Utdraget over viser hvordan Steinar ønsker å begrense knipsingen fordi han mener at Tores restemiddag ikke er imponerende nok til å fortjene knipsing. I utgangspunktet ville trolig ikke Bjarte jublet fordi Tore spiste restemat dagen før, så han tar imot irettesettelsen og er enig i at man ikke kan knipse for alt. Konvensjonene bidrar til å gjøre *Radioresepsjonen* til et program som man først og fremst har glede av om man kjenner til hvordan programmet er bygd opp.

3.2 Tekstuell kontekst: Tekst- og normsamspill

3.2.1 Tekstsamspill

Radiosepsjonen har som nevnt hatt ulike sendetider gjennom programmets historie, og min analyse av programmets tekstsamspill baserer seg på sendetiden fra klokka 10.02 til klokka 12, fra mandag til torsdag. *P3morgen* har sendetid fra klokka 07.02 til kl 10 gjennom hele perioden og er dermed det programmet som blir sendt før *Radiosepsjonen*. Mellom *P3morgen* og *Radiosepsjonen* er det *P3nyheter* fra klokka 10.00 til klokka 10.02. Når *Radiosepsjonen* er ferdig, følger *P3nyheter* kl 12.00, mens det har variert hvilke programmer som har fulgt etter *Radiosepsjonen*. I 2007 og 2008 var det humorprogrammet *Ken eller Torkil* som hadde sendetid etter *Radiosepsjonen*, mens musikkprogrammet *Sexy* hadde sendetid etter programmet i 2009 og 2010.

Radiosepsjonen er altså omgitt av nyheter, både før, under og etter programmet. Dette skyldes at *P3nyheter* sendes hver hele time døgnet rundt.²³ Med nyheter som kontekst kan man se for seg at inntrykket av *Radiosepsjonen* som direkte-sendt program forsterkes. I tillegg er nyhetene en formell kontrast til det uformelle som foregår i *Radiosepsjonen*. Før *Radiosepsjonen* sendes *P3morgen*, med nyheter, gjester og musikk. I motsetning til nyhetene er *P3morgen* et mer uformelt program. Men selv om *P3morgen* kan virke uformelt er det samtidig et dagsaktuelt program som i større grad enn *Radiosepsjonen* tar opp viktige og uviktige nyhetssaker. Både *Ken eller Torkil* og *Sexy* er underholdningsprogrammer, men er i mindre grad preget av lytterbidrag enn *Radiosepsjonen*.

For å identifisere *Radiosepsjonens* tekstsamspill med andre faktiske tekster, kan man starte med å se på andre magasinformatet i radio. Magasinformatet er en blanding av informasjon og underholdning, der en programleder viser vei gjennom musikk og innslag (Ytreberg 2002: 21, 23). Flere andre P3-programmer er bygd opp på denne måten som for eksempel *FK Fotball* og *Bestevenn*. Magasinformatet er velkjent for de fleste som lytter til norsk radio fordi det er svært utbredt og fordi det foregår en markant satsing på akkurat dette formatet i ulike varianter (Eide og Nyre 2004: 217–218). Men også tv-programmer som for eksempel *Team Antonsen* kan påstås å

²³ Nyhetene på P3 sendes hver halvtime fram til klokka ni, deretter hver hele time.

samspile med *Radioresepsjonen*, med en til tider absurd humor som kan være vanskelig å skjønne for utenforstående.

Om man beveger seg utenfor Marienlysts vegger, kan det trekkes paralleller mellom *Radioresepsjonen* og andre programmer som egentlig ikke handler om noe spesielt. Henrik Sanne Kristensen (intervju 13.10.2010) forklarer hvordan *Seinfeld* begynte å snakke om ingenting allerede på slutten av 1980-tallet. Nettopp det å snakke om ingenting er en viktig ingrediens i *Radioresepsjonen* også. Lange samtaler om bagateller går igjen i *Seinfeld* og i *Radioresepsjonen*, og begge programmene kan trolig snakke om for eksempel dopapir i lang tid uten å miste publikums oppmerksomhet. Videre kan den britiske liksom-dokumentaren *The Office* på sett og vis ligge tett opptil visse deler av ”den pinlige humoren” i *Radioresepsjonen*. I *The Office* framstår de medvirkende som uprofesjonelle i fjernsynssammenheng, noe som skaper situasjoner som gjør at seerne blir flau på karakterenes vegne (Kittelsen 2010: 66). I *Radioresepsjonen* hender det for eksempel at det oppstår pinlig stillhet etter at noen har sagt noe som ikke fungerer. Fellestrekk for *Radioresepsjonen*, *Seinfeld* og *The Office* kan oppsummeres med at de sentrerer seg rundt velkjente gjennomgangsfigurer og har en til dels intetsigende handling. I følge Bjarte Paul Tjøstheim (intervju 29.04.2011) er ikke tendensene til tekstsamspill med andre faktiske tekster noe *Radioresepsjonen* legger bevisst opp til. For publikum kan det likevel være mulig å gjenkjenne trekk i *Radioresepsjonen* som kan minne om andre programmer.

3.2.2 Normsamspill

Radioresepsjonens normsamspill er på mange måter i tråd med resten av NRK P3s underholdningsprogrammer. ”I NRK har det alltid vært stor takhøyde”, skriver Sagen (m. fl. 2010: 15), og forklarer hvordan de enkelte redaksjonene har stor frihet. Nettopp denne friheten har gjenspeilet kanalen siden Erik Bye hadde frie tøylere i beste sendetid. Programmer som *Forfall*, *Mina* og *XL* har også vist hvordan NRK P3 tøyer vanlige radiokonvensjoner og utforsker nye muligheter innen radiomediet. Friheten ser ut til å kjennetegne *Radioresepsjonen* også. Programmet tøyer grenser for hva som er ”akseptabelt” og opererer med en form for selvjustis i programmet som innebærer at de irrettesetter hverandre om noen går over grensa. Dette ser resepsjonistene på som en slags feig satire, der en blir uangripelig når en av de andre programlederne unnskylder den som har sagt noe som er over streken (Kittelsen 2009: 51). *Radioresepsjonen* tar også i bruk en aggressiv form for humor, som kanskje kan påstås å

samspile med en stadig tøffere samfunnsutvikling. For ti år siden ville det trolig vært helt uakseptabelt å true med å drepe lytterne, men i *Radiosepsjonen* gjør Tore dette stadig vekkt:

Teksteksempel 8

Tore: Jeg vil jo, jeg ønsker jo akkurat nå i affekt å drepe alle de som ikke stemte på meg.
Eller.
Steinar: Hvor lenge varer den affekten din egentlig?
Bjarte: @@
Steinar: Du hater [lytterne og familiene deres]
Tore: [Kvarter, tjue minutter]
Jeg vil drepe familiene, barna deres først og fremst.

Kalle og Wester (2006: 115) bruker begrepet sosial aggresjon om ”brudd på allment akseptabel oppførsel, eller brudd på allmenne normer og regler for hvordan man behandler og omtaler andre mennesker”. I følge Espen Ytreberg (2000: 125) er det moderne fjernsynet arena for en stadig voksende sosial aggresjon. Etter *Radiosepsjonens* inntreden i norsk radio kan man kanskje hevde at Ytrebergs observasjoner gjelder radio også. Den stadige interne degraderingen og truslene mot lytterne viser hvordan *Radiosepsjonen* spiller på normer som allerede er veletablerte i fjernsynet gjennom programmer som *Team Antonsen* og *Torsdagsklubben*.

3.3 Format

På samme måte som man kan se på avisen som én tekst på makronivå, kan man også se på et radioprogram som én tekst. Hågvar (2003: 51) forklarer hvordan hver avis består av mange undertekster, det vil si de ulike artiklene, som er satt sammen av en fast komposisjonsmal. I *Radiosepsjonen* følger også undertekstene, det vil si de ulike delsjangrene, en fast komposisjonsmal. Dermed er den horisontale kategorileggingen, altså at samme type stoff har lik plassering over tid (Hågvar 2003: 59), stabil fra dag til dag. De ulike spaltene er for eksempel plassert på faste dager. At hvert enkelt program og hver eneste uke følger samme komposisjonsmal, er med på å skape gjenkjennelighet og forutsigbarhet for lytterne. Den vertikale kategorileggingen (Hågvar 2003: 60) beskriver hvordan man legger opp til at samme type programmer følger hverandre, samtidig som programlederne i de ulike programmene reklamerer for det neste programmet på sendeplanen.

3.3.1 Formatkomposisjon i *Radioresepsjonen* for en uke

I følge *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (Sagen m. fl. 2010: 51) er ikke programmets tidsbegrep så viktig. En typisk oversikt over uka er uten tidsanslag, og forklarer heller hvilken rekkefølge som skal følges i programmene. Tidsbegrepet er på ingen måte likegyldig, men det ser ut til at oversikten over uka fokuserer på hva man skal gjennom og i hvilken rekkefølge, framfor eksakte anslag om sekunder og minutter. Illustrasjonen i *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (Sagen m. fl. 2010: 51) viser hvordan en vanlig uke komponeres:²⁴

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag
Hei!	Hei!	Hei!	Hei!
Siste 24	Siste 24	Siste 24	Siste 24
Innslag 1 (Øl-test)	Innslag 1	Innslag 1	Innslag 1
Postkasse 1	Fun facts 1	Tips & Triks 1	Godt sagt 1
Postkasse 2	Fun facts 2	Tips & Triks 2	Godt sagt 2
Postkasse 3	Fun facts 3	Tips & Triks 3	Godt sagt 3
Innslag 2	Innslag 2	Innslag 2	Innslag 2
Dagens barnebok	Kunstposten	Diktposten	Stavmixer
Skyt	Skyt	Skyt	Skyt

De ulike dagene har sin faste spalte, for eksempel *postkasse* på mandager og *fun facts* på tirsdager. Spaltene er basert på lytterbidrag, og vil bli nærmere omtalt i kapittel 3.6.3. Videre har også de ulike postene sine faste dager i programmet. Postene er ofte en konkurranse mellom programlederne, der de for eksempel kjemper om å lage den beste barneboka, det beste diktet eller å gjette hva som er blandet sammen i stavmixeren. I hver sending er det to forhåndsproduserte *innslag*, men det er ikke noe bestemt mønster for hvilke innslag som skal sendes de ulike dagene. Innslagene i *Radioresepsjonen* baserer seg på over 80 ulike karakterer som framføres av resepsjonistene (Sagen m. fl. 2010: 216–236). At det er så mange ulike karakterer, bidrar nok også til at det er vanskelig å holde seg til faste dager for de ulike karakterene. Av oversikten kan man lese at *siste 24* kommer tidlig i hvert program. Videre kommer sendingens første *innslag*, før dagens spalte følger i tre ulike stikk.²⁵ Så kommer det andre innslaget, før det er det klart for *dagens post* mot slutten av programmet. Der har hver

²⁴ I og med at illustrasjonen i boka er basert på en annen periode med andre spalter og poster enn i uke 49, endrer jeg navnene på spaltene og postene slik at de samsvarer med spaltene og postene som ble sendt i uke 49. Da programmet følger den samme rekkefølgen hver dag, vil ikke tilpasningen av navnene ha noe å si for komposisjonen.

²⁵ Et stikk er en slags sekvens i et radioprogram.

ukedag sin faste konkurranse. Til slutt avsluttes programmet med at en av programlederne blir skutt med softgun. Oversikten over en uke i *Radioresepsjonen* inneholder altså *hei, siste 24, dagens spalte, dagens post, to ulike innslag og skyt*.

3.3.2 Formatkomposisjonen i *Radioresepsjonen* for et program

I hvert enkelt program fungerer spaltene som hovedfokus, mens postene er ”toppkrydderet mot slutten” av programmet (Sagen m.fl. 2010: 48). Da *Radioresepsjonen* begynte med totimers sendinger, bestemte de seg for å ha med to forhåndsproduserte innslag i hvert program (Sagen m.fl. 2010: 48). I disse innslagene møter man ofte ulike karakterer i en slags sketsj. De forhåndsproduserte innslagene er manusbaserte, og er den eneste delen av programmet som er skrevet på forhånd. Det etablerte rammeverket, bestående av faste poster, spalter og innslag, er grunnlag ellers i programmet. Ved å ta utgangspunkt i etablerte rammeverket improviserer stort sett resepsjonistene under sending. I tillegg kommer lytterne med sine bidrag under direktesendingene som diskuteres på sparket. Tiden under musikkinnslagene brukes gjerne til å finne fram til bidrag som kan brukes i neste stikk (Tjøstheim, intervju 29.04.2011). I P3 finnes det en offisiell regel om at stikk ikke skal vare lenger enn tre minutter, og det er laget et eget hefte for hvordan man skal oppføre seg på lufta, hvor lenge man skal prate og hvordan man omtaler musikken. *Radioresepsjonen* er unntatt fra de aller fleste reglene, uten at resepsjonistene egentlig har skjønt hvorfor. En periode prøvde programlederne å ha litt kortere stikk, men det førte til stress og at de ikke fikk sagt det de ville (Sagen m. fl. 2010: 51). Konvensjonene som følges ellers i P3 ser altså ikke ut til å gjelde *Radioresepsjonen*, som dermed har mindre faste rammer enn andre programmer i kanalen.

I tillegg til oversikten over hele uka, følger *Radioresepsjonen* en kjøreplan som er laget for hvert program. I følge Steinar (Sagen m. fl. 2010: 51) har det de siste par årene ”[...] strengt tatt ikke vært nødvendig med noen fysisk kjøreplan fordi det begynte å sitte i ryggmargen for vår del [...]”. Likevel må kjøreplanen til for at låtskrivere skal få pengene sine og for at innslag skal bli registrert i NRK-arkivet. En typisk kjøreplan for *Radioresepsjonen* ligger bakerst i vedlegg 3. Kjøreplanen viser at det bare er musikken som er definert med et tidsanslag og at innslagene mellom musikken er lite presist formulert. Sannsynligheten er stor for at den reelle formatkomposisjonen er mye mer detaljert enn kjøreplanen over.

For å kartlegge *Radioresepsjonens* reelle formatkomposisjon, har jeg gjennomført en detaljert formatanalyse av uke 49 i 2009 som ligger i vedlegg 4. I den reelle formatanalysen er det ført på tidsanslag. Skillelinjene mellom de ulike kategoriene i programmet går selvsagt ikke akkurat på minuttet, slik vedlegget kan gi inntrykk av, men et helt nøyaktig tidspunkt for når man skifter kategori ville gjort skjemaet langt mindre oversiktlig. Derfor er det satt en skillelinje ved et halvt minutt. Det vil si at om man skifter kategori etter 11 minutter og 22 sekunder, forstås det som 11 minutter, mens et skifte ved 11 minutter og 45 sekunder forstås som 12 minutter. De ulike delene er navngitt ved å følge programledernes betegnelser, bortsett fra når det gjelder den generelle praten som ikke nevnes av programlederne. Radiopraten i *Radioresepsjonen* blir heller ikke introdusert av en jingle og introduseres aldri som en egen kategori av programlederne.

Ved å sammenligne kjøreplanen og den reelle formatkomposisjonen, blir det fort tydelig at den planlagte formatkomposisjonen fungerer mer som en slags huskelapp fordi den reelle formatkomposisjonen er mye mer detaljert enn den planlagte komposisjonen. Den aller største forskjellen er at prat og musikk ikke er med i den planlagte formatkomposisjonen, selv om dette er sekvenser det brukes mye tid på. Halvparten av hver sending er musikkinnslag, mens praten varierer i tid. Mandag, tirsdag og onsdag finner vi seks ulike tilfeller av prat, mens torsdagen har hele syv pratestikk. Disse stikkene kan vare fra omtrent et minutt til over fem minutter.²⁶

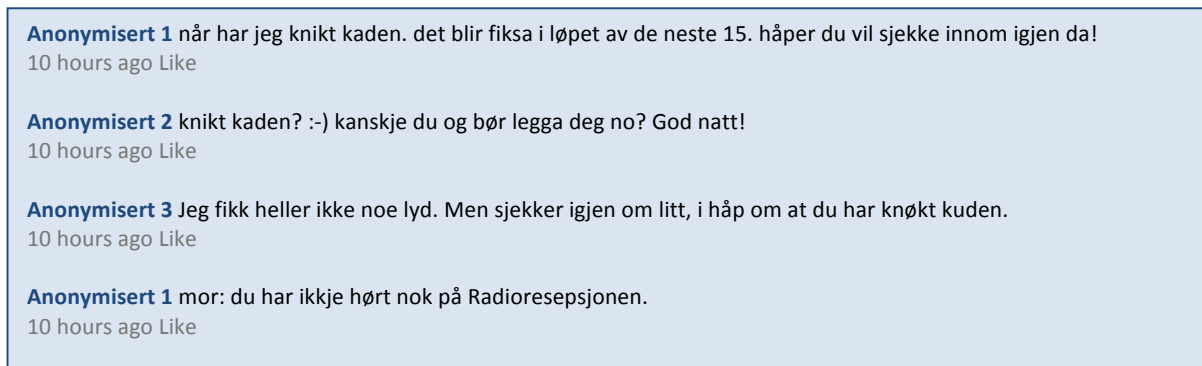
3.4 Semiotiske rom i *Radioresepsjonen*

I *Radioresepsjonen* kan man kalle radiopraten for utgangspunktet for resten av programmet. Det er praten som binder sammen de ulike elementene i programmet, og som danner rammen for sendingen. I tillegg til radiopraten er programmets velkomstintroduksjon og sluttsekvens også med på å definere den avgrensede enheten. Fra introen starter til sluttsekvensen er ferdig vet lytteren at den er inne i *Radioresepsjonens* semiotiske rom. *Radioresepsjonens* konvensjoner bidrar også til å avgrense det semiotiske rommet: Så lenge man kjenner konvensjonene har man en forståelse av *Radioresepsjonen* som et eget semiotisk rom, men manglende forståelse fører fort til at man blir stående utenfor rommet. Alle rom har en inngang, men før man får glede av hva rommet kan tilby må man over en terskel. I vårt tilfelle bidrar radiopraten, velkomstintroduksjonen, sluttsekvensen, jingler og *Radioresepsjonens* konvensjoner til å hjelpe oss over terskelen. Først når man har en forståelse

²⁶ Se vedlegg 4.

av hvordan disse fungerer, har man full glede av det som ytres i det semiotiske rommet. Det er fullt mulig å høre på *Radioresepsjonen* uten å ha en forståelse for hvordan man forserer terskelen, men da kan man muligens se for seg at man står utenfor rommet og lytter. Teksten er der fortsatt, men gleden av den hele forståelsen som det semiotiske rommet tilbyr er ikke der.

En tendens i programmet er at resepsjonistene bytter ut vokaler med andre vokaler i en rekke ord. Dermed kan for eksempel ”kode” bli til både ”kade”, ”køde”, ”kude” og andre lignende alternativer. I et eksempel fra nettstedet Facebook ser vi hvordan noen som ikke kjenner *Radioresepsjonen* kan forstå et sjangertrekk som en misforståelse. Dermed ekskluderes de som ikke kjenner sjangeren, mens de som kjenner *Radioresepsjonen* som sjanger ”snakker samme språk”. I dette tilfellet er det moren til Anonymisert 1 som ikke forstår at ”knikt kaden” gir mening og tolker det som en skrivefeil, mens Anonymisert 3 skjønner hva det er snakk om ved å bekrefte med ”knøkt kuden”:



Figur 1: Forståelse av *Radioresepsjonen* på Facebook

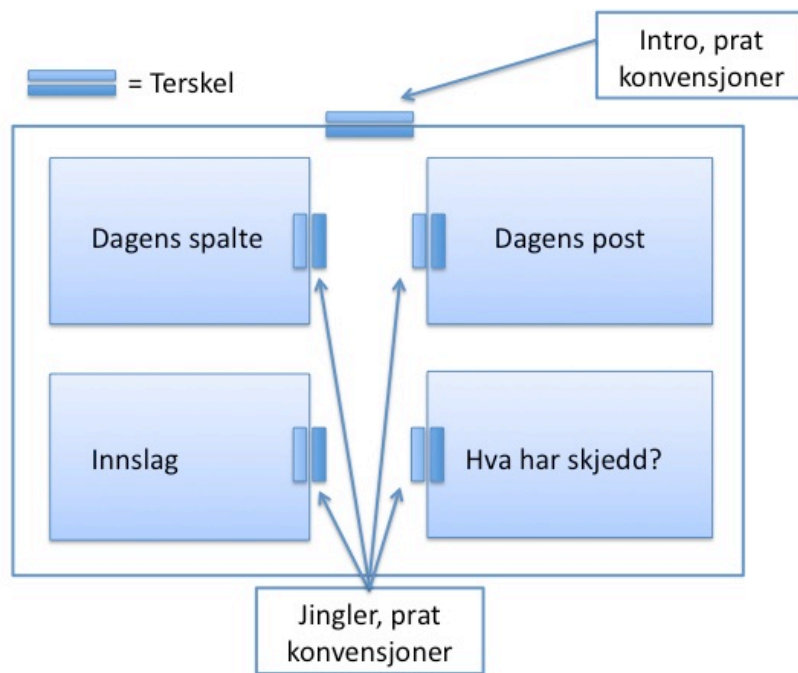
Når man er over terskelen og inne i det semiotiske rommet vil man oppdage at det finnes flere rom som definerer avgrensede enheter. Alle de ulike delsjangrene i *Radioresepsjonen* kan dermed betraktes som egne semiotiske rom der radiopraten, *Radioresepsjonens* konvensjoner og forskjellige jingler fungerer som semiotiske terskler på vei inn i disse rommene. Dermed er det mulig å se på *Radioresepsjonen* som et semiotisk ”hus” som inneholder flere semiotiske rom.

Både radiopraten og jinglene er med på å introdusere nye elementer i programmet, men der radiopraten også kan sies å befinne seg innenfor hovedteksten, er jinglene en mindre enhet. Derfor kan man se på jinglene som paratekster, der jinglene i større grad enn radiopraten er ”ord eller fraser” (jf. Hågvars definisjon av paratekster i kapittel 2.6). Selv om ikke radiopraten betraktes som paratekster, er også praten med på å introdusere det semiotiske rommet. Ved å høre

på radiopraten som kjennetegner *Radioresepsjonen*, får lytterne et hint om at det er *Radioresepsjonens* semiotiske rom de er på vei inn i. Åbrink forklarer hvordan radiopraten kan virke gjenkjennelig for publikum:

Lyssnaren vet i allmänhet vad det er han lyssnar på, även om han kanske använder ett annat ord för företeelsen (t.ex.sktivprat). Radioprataren vet också på det stora hela hur han ska bete sig för at det an gör ska betecknas som radiopratt (eller motsvarande) (Åbrink 1998: 67–68).

Både jinglene og radiopraten fungerer altså som terskler, men mens jinglenes rolle først og fremst er å introdusere det semiotiske rommet, befinner radiopraten seg også inne i de ulike semiotiske rommene i ”huset” som *Radioresepsjonen* består av. Illustrasjonen under viser hvordan intro, prat og konvensjoner fungerer som hovedterskelen som må forseres for å komme seg inn i *Radioresepsjonens* semiotiske ”hus”, mens jingler, prat og konvensjoner fungerer som terskler inn til de ulike semiotiske rommene (delsjangrene):

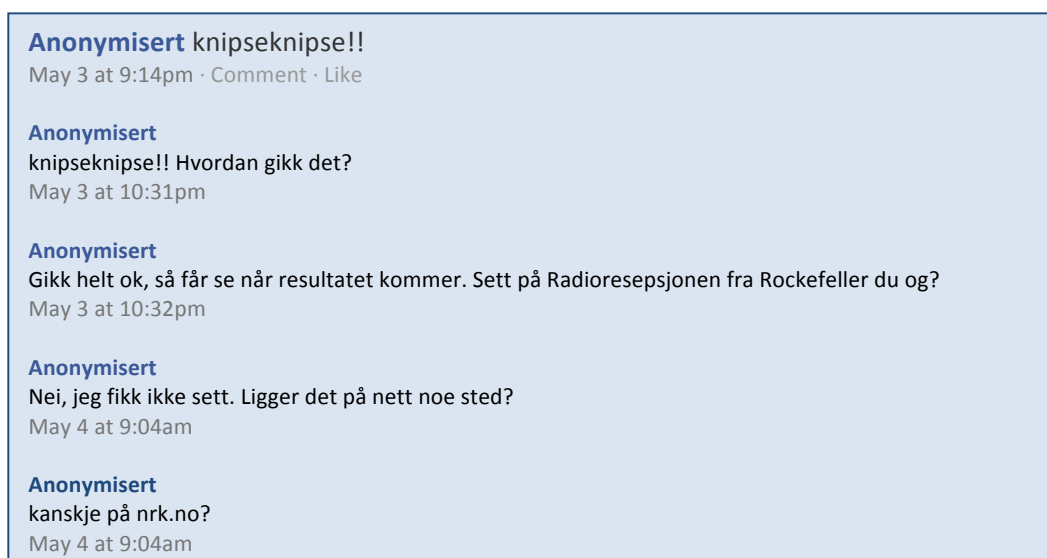


Figur 2: Radioresepsjonens semiotiske rom

3.5 *Radioresepsjonen* som sjanger

Radioresepsjonen som sjanger bygger på *Radioresepsjonens* mest vesentlige trekk. De vesentlige trekkene kan også beskrives som register, og vil presenteres nærmere i kapittel 3.7 og 3.8. Men det vil også være mulig å si noe om *Radioresepsjonens* sjanger med utgangspunkt i Ledins (1996:

29–34) forsøk på å avgrense sjangerbegrepet ved hjelp av fire påstander. Den første påstanden er at sjangre kobler tekster til en sosial prosess der mennesker samhandler gjennom tekster, noe vi kan kjenne igjen i *Radioresepsjonen*. Programlederne har en svært ledig tone seg i mellom, og diskuterer ofte helt hverdagslige ting. I tillegg er rollene tydelig fordelt, som beskrevet i kapittel 3.1.2. Resepsjonistene oppfordrer lytterne til å ta kontakt for å komme med innspill til programmet, og skaper på den måten en relasjon med lytterne. *Radioresepsjonens* sosiale verden kan på mange måter beskrives som et eget univers med en rekke tegn og konvensjoner. De som kjenner programmet vet hva de ulike tegnene betyr og kan dermed kommunisere med hverandre. Eksempelet under viser hvordan knipsingen gjør at to som kjenner *Radioresepsjonen* som sjanger kan gjenkjenne hverandre på Facebook. Uten nærmere forklaringer forstår begge med én gang at det dreier seg om *Radioresepsjonen* og er umiddelbart inne i programmets univers:



Figur 3: *Radioresepsjonens* univers på Facebook

Den andre påstanden er at en sjanger inneholder prototypiske forestillinger om tekstutformingen. I vårt tilfelle handler dette om *Radioresepsjonens* format og hvorvidt man kan forestille seg et typisk format. Radioprogrammets format er beskrevet i kapittel 3.3, og med det som utgangspunkt kan man påstå at de som kjenner *Radioresepsjonen* har en prototypisk forestilling om tekstutformingen. Dette innebærer et fast format, der den horisontale kategorileggingen er stabil. Videre påstår Ledin (1996) at sjangre er en tradisjon som tas i bruk i en situasjon, som også er grunnen til at den forandres over tid. I og med at både programlederne og lytterne kjenner *Radioresepsjonen* så godt at de vet hva som hører hjemme i situasjonen når programmet blir

sendt, er det mulig å se på *Radioresepsjonen* som en tradisjon (et underholdningsprogram) som tas i bruk i en situasjon (når det er sending).

Så langt er det mye som kan tyde på at *Radioresepsjonen* fungerer som en egen sjanger, men vi støter på en utfordring i forbindelse med den siste påstanden som går ut på at sjangre normalt er navngitte og dermed språklig og sosialt kodifisert. Å sette et bestemt navn på *Radioresepsjonens* sjanger kan være litt problematisk. Ingen vil være uenige om *Radioresepsjonen* beskrives som et ikke-seriøst program, og det vil også være mulig å kategorisere det som et underholdningsprogram. Som radiosjanger kan også magasinformat være et godt begrep. Men er det mulig å si noe mer spesifikt om *Radioresepsjonen* som sjanger? Selv om sjangerkonvensjonene er kjente, er ikke nødvendigvis det ”radioresepsjonistiske” en kjent sjanger blant lytterne. Hågvar (2003: 46–47) er kritisk til Ledins prinsipp om å la etablerte betegnelser råde og mener at det er de kommunikative handlingene som utføres gjennom tekstene som bør være hovedfokus. Med det i bakhodet, vil jeg ikke bruke mer tid på å sjangerkategorisere *Radioresepsjonen*, men slå meg til ro med at radiolytterne og resepsjonistene deler en oppfatning av hva *Radioresepsjonen* er. På samme måte som selve programmet gjenkjennes av lytterne vil også de ulike delsjangrene i programmet være gjenkjennelige.

3.6 Delsjangre i *Radioresepsjonen*

I denne delen av oppgaven beskriver jeg delsjangre som gjenkjennelige stikk som alltid er med i programmet, og som defineres med egne navn i *Radioresepsjonens* kjøreplan fra *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (2010: 51). I uke 49 i 2009 er følgende delsjangre representert: *Siste 24*, *innslag*, *dagens spalte*, *dagens post* og *skyt*. I det følgende beskrives disse nærmere og det vil bli gitt en oversikt over sjangerskjemaet, altså det konvensjonelle mønsteret for rekkefølgen av ulike språkhandlinger (Svennevig 2009: 252).

3.6.1 *Siste 24*

I denne spalten forteller de tre programlederne hva de har gjort de siste tjuefire timene. Resepsjonistene velger som regel ut en eller to opplevelser de ønsker å fokusere på, og beskriver dette på radio. Spalten går daglig og er plassert på samme tidspunkt, rett etter at programlederne har ønsket velkommen. Det er Steinar Sagen som styrer ordet og bestemmer hvem som skal få starte sin oppsummering i *siste 24*. Spalten er preget av avbrytelser og innspill fra de andre

programleiderne når en av resepsjonistene forteller sin historie. Dermed glir historiene ut, og store deler av *siste 24* handler derfor om noe helt annet enn hva programleiderne faktisk brukte gårsdagen på. I følgende utdrag ser vi hvordan Bjarte kun får fortelle at han spiste sushi og så på film, før han blir avbrutt av de to andre:

Teksteksempel 9

Bjarte: Eh, da spiste eg sushi, også så eg på ein dvd-film som heter Public enemy
Tore: Jøss [den]=
Bjarte: [som]
Tore: = har jeg sett
Steinar: Public enemys eller?
Bjarte: Er det enemys han heter ja?
Tore: Ja, det er nok det.
Steinar: Flertallsfiender
Bjarte: Flertallsfiender [ja]
Steinar: [Public] enemy er jo rapgruppen fra 80-tallet

Utdraget viser også hvordan en hverdagslig handling som å se en film blir godt mottatt blant de andre programleiderne. Tore svarer ”Jøss, den har jeg sett”, som om det er svært merkelig sammenreff. I virkeligheten er det nok ikke så spesielt at begge har sett *Public Enemys*, som Tore gir uttrykk for. Gjennom hele *siste 24* er altså resepsjonistene opptatt av å hylle hverandres bidrag, samt å kommentere og utbrodere hverandres opplevelser. *Siste 24* kan påstås å bestå av fire ulike faser. Presentasjonsfasen går ut på at Steinar ønsker velkommen til programmet og forklarer at de skal snakke om hva som har skjedd den siste tida. Deretter går vi rett over i en introduksjonsfase der Steinar avgjør hvem av resepsjonistene som skal få starte sin fortelling. Introduksjonsfasen gjentar seg hver gang det foregår et skifte i hvem som snakker om hva som har skjedd. Informasjonsfasen innebærer at en av resepsjonistene forteller om den siste tida. Informasjonsfasen gjentar seg hver gang en av resepsjonistene har taletid, og dermed får vi en kontinuerlig veksling mellom introduksjonsfasen og informasjonsfasene. Til slutt kommer avslutningsfasen der Steinar takker for fortellingene og forteller hva som er neste post på programmet:

1. Presentasjonsfase: Steinar presenterer spalten og forklarer hva som skal skje
2. Introduksjonsfase: Steiner gir ordet til en av resepsjonistene
3. Fortellingsfase: Resepsjonisten forteller om hva som har skjedd i det siste
4. Avslutningsfase: Steinar avslutter og forteller hva som er neste post på programmet

Alle disse fasene er tilstede hver eneste gang *siste 24* presenteres, og er dermed obligatoriske deler av sjangeren. Informasjonsfasene kan beskrives som kjerneaktivitet, fordi det er der de ulike resepsjonistene forteller hva de faktisk har gjort de siste tjuefire timene, som også er poenget med denne spalten. Dette sier oss at *siste 24* er strengt regulert, og at strukturen i delsjangeren er fast fra dag til dag.

3.6.2 Innslag

I løpet av et program sendes det to forhåndsproduserte *innslag* som er laget av programlederne. Innslagene har sin faste plass før og etter dagens spalte. Disse preproduserte innslagene består av telefoner og tullereportasjer. Når telefonen ringer hos *Radioresepsjonen*, er det først og fremst karakterene som er det gjenkjennelige i dagens *innslag*. Mer enn åtti ulike karakterer og deres historie er beskrevet over tjue sider i *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (Sagen m. fl. 2010: 216–236). Karakterene ringer som regel inn til programmet med noe de ønsker å dele med resepsjonistene, for eksempel ”Tyholt Apenes” som ønsker å raljere med samfunnsaktuelt stoff. Men det hender også at resepsjonistene ringer noen av karakterene, for eksempel ”Egil Datasupport”, for å få hjelp eller synspunkter fra andre. Telefoninnslagene fungerer dermed som humoristiske bidrag til programmet, der det er karakteren som resepsjonistene snakker med som er ment å være den morsomme.

I tullereportasjene møter vi fiktive personer, karakterer fra radioresepsjonsuniverset eller programlederne som seg selv. Vi treffer for eksempel nyhetsoppleseren ”Jan Terje Riis Otto Johansen”, som sliter med å avslutte nyhetene fordi han har så langt navn, og bedriften ”Kjønnsnes mølle”, som er en mølle som også huser et konferansehotell. Disse tullereportasjene har gjerne en alvorlig fortellerstemme som framstiller den useriøse historien på en seriøs måte. Det er ofte musikk i bakgrunnen, samtidig som den/de reportasjen handler om får uttale seg underveis i innslaget.

Telefoninnslagene og tullereportasjene er ganske forskjellig bygd opp, og derfor velger jeg å presentere to ulike sjangerskjema. Telefoninnslagene kan påstås å bestå av tre ulike faser, der sjangeren innledes av en telefonoppringing som en av resepsjonistene svarer på. Deretter følger en samtalefase hvor resepsjonisten og karakteren snakker sammen. Da er det først og fremst karakteren som har taletid, og det er samtalefasen som kan sees på som kjerneaktiviteten i telefoninnslagene. Avslutningsfasen fungerer som en vanlig avslutning på en telefonsamtale, men

det er stort sett resepsjonisten som tar initiativ til å avslutte samtalen. Dermed baserer telefoninnslagene seg på følgende sjangerskjema:

1. Oppringningsfase: Telefonen ringer, en av resepsjonistene svarer
2. Samtalefase: Resepsjonisten samtaler med karakteren
3. Avslutningsfase: Resepsjonisten avslutter samtalen og legger på røret

Når vi beveger oss over til tullereportasjene skal vi se at de består av fire ulike faser. Gjennom hele åpningsfasen spilles det rolig bakgrunnsmusikk og parallellen til dokumentarserier er tydelig. Så følger en intervjufase der karakteren svarer på ulike spørsmål. I noen tilfeller hører man at kommentatorstemmen stiller spørsmål til karakterene i innslaget, mens kommentatorstemmen er utelatt i andre tilfeller. Videre følger en utdypningsfase hvor kommentatorstemmen forklarer mer om karakterene. Mens kommentatorstemmen forteller, presenteres karakterene i sine daglige gjøremål. Utover i innslaget veksles det gjerne mellom intervjufasen og utdypningsfasen, uten at det ser ut til å være noe fast mønster i vekslingene. Vi har dermed flere intervjufasen og flere utdypningsfaser, som gjør at vi kan beskrive begge disse fasene som kjerneaktivitet. Avslutningsfasen består i at bakgrunnsmusikken blir stadig mer tydelig gjennom utdypningsfasen.

1. Introduksjonsfase: Kommentatorstemme som introduserer karakterene
2. Intervjufase: Kommentatorstemmen intervjuer karakterene
3. Utdypningsfase: Kommentatorstemme som informerer nærmere om karakterene mens vi ser bilder av dem
4. Avslutningsfase: Bakgrunnsmusikken blir stadig mer tydelig før reportasjen avsluttes

I både telefoninnslagene og tullereportasjene er alle fasene med hver gang, som gjør at *innslag* som delsjanger kan beskrives som en fast strukturert sjanger. Dette gjør at det er få variasjonsmuligheter med hensyn til hvilke faser som skal med, og i hvilken rekkefølge fasene opptrer.

3.6.3 Dagens spalte

I løpet av en uke møter man fire ulike spalter i Radioresepsjonen. Hver spalte har sin faste dag, men med jevne mellomrom skiftes de ulike spaltene ut. I denne oppgaven velger jeg å beskrive spaltene som sendes i den uka jeg henter analyse materialet mitt fra. Uke 49 byr på *postkasse* på mandag, *fun facts* på tirsdag, *tips & triks* på onsdag og *godt sagt* på torsdag. De ulike spaltene har

en rekke likhetstrekk, som gjør at *dagens spalte* kan betraktes som en delsjanger i *Radioresepsjonen*.

Postkassespalten er den lengstlevende spalten i *Radioresepsjonens* historie. *Postkasse* tar sikte på at lytterne sender inn spørsmål som programlederne skal svare på. Den første tida slet resepsjonistene med at folk ble litt for konkrete: ”Hva er hovedstaden i Vietnam?” og ”Hvor lenge holder Tollerudgrillen åpent på søndager?” er eksempler på spørsmål som gir lite rom for kreative svar. Dermed begynte programlederne å spesifisere hvilke temaer de ønsket å snakke om, og ba i tillegg om ”synsebaserte” spørsmål (Sagen m. fl. 2010: 80). *Fun facts* dreier seg om at lytterne skal sende inn morsomme og finurlige fakta til programmet, for eksempel at ”Alle maur i verden veier mer enn alle mennesker” (Sagen m. fl. 2010: 76). Hvorvidt ”fun” veier opp mot ”facts” er noe usikkert, og trolig er ikke alle påstandene sjekket for faktafeil. *Tips & triks* går ut på at lytterne sender inn tips og triks til resepsjonistene, som leser opp bidragene på lufta. Forskjellen mellom tips og triks er at et tips gjør livet enklere, mens et triks gjør livet gladere. Et eksempel på et tips kan være å banke en kjøttdeig helt flat før man fryser den ned, slik at den blir enklere å tine og lettere å stable i fryseren. Et triks kan være å trekke toalettfolie slik at tisset til den neste toalettbesøkende vil sprute til alle kanter (Sagen m.fl. 2010: 86). *Godt sagt* baserer seg på at lytterne sender inn bidrag som er sagt på en god måte av noen. Det kan for eksempel være sitater fra kjente personer eller noen man kjenner som har sagt noe lurt.

Alle de ulike spaltene er avhengig av at seerne sender inn bidrag. I tillegg er det meningen at spaltene skal være morsomme, og resepsjonistene fniser mye under *dagens spalte*. I mange tilfeller sklir praten ut over det den opprinnelig dreide seg om, slik at programlederne ikke nødvendigvis ender opp med å kommentere det lytteren har sendt inn. Spalten kan også sies å være hovedinnslaget hver dag fordi den sendes som tre ulike stikk i løpet av en sending. Det er mulig å hevde at *dagens spalte* består av tre ulike faser. I åpningsfasen presenterer Steinar spalten og gir ordet til den av resepsjonistene som skal ta opp det første lytterbidraget. Deretter følger en utdypningsfase der lytterbidragene som blir lest opp vurderes av resepsjonistene. *Dagens spalte* avsluttes av Steinar, som takker for innsendte bidrag og introduserer et musikkinnslag. Når spalten avsluttes er musikkinnslaget alltid det neste som skjer i programmet.

1. Presentasjonsfase: Steinar presenterer spalten, gir ordet til en av resepsjonistene
2. Lytterbidragsfase: Ulike lytterbidrag vurderes og kommenteres av resepsjonistene
3. Avslutningsfase: Steinar avslutter og introduserer en låt som alltid følger Siste 24

Også i *dagens spalte* kan alle fasene beskrives som obligatoriske, i og med at de er tilstede hver gang vi møter delsjangeren. Lytterbidragsfasen fungerer som kjernefasen i *dagens spalte*, og det er den resepsjonistene bruker mest tid på.

3.6.4 Dagens post

Mens *dagens spalte* i stor grad baserer seg på lyttermedvirkning, lages *dagens post* av resepsjonistene selv. *Dagens post* fungerer som en konkurranse mot slutten av sendingen der taperen blir skutt med softgun. På samme måte som *dagens spalte* kan beskrives ved hjelp av en rekke likhetstrekk mellom de ulike spaltene, har også de ulike postene noen fellestrekk som vil beskrives etter en gjennomgang av de ulike postene. I uke 49 var det *barnebokposten* på mandag, *kunstposten* på tirsdag, *diktposten* på onsdag og *stavmixer* på torsdag, og det er disse spaltene jeg velger å beskrive.

Barnebokposten går ut på at to av resepsjonistene forsøker å skrive barnebok, "[...] noe kjendiser tyr til når populariteten begynner å dale, og de vil gi inntrykk av å ta livet mer med ro samtidig som de ønsker å framstå som produktive" (Sagen m.fl. 2010: 206). En av programlederne leser sitt barnebokbidrag høyt, før de to andre programlederne vurderer barnebokbidraget og setter terningkast. I *kunstposten* konkurrerer resepsjonistene om å lage det beste kunstverket. Som regel er kunstverkene en form for lydinstallasjon, med ulike effekter som er satt sammen til en slags helhet. *Diktposten* dreier seg om at én av resepsjonistene leser opp sitt dikt på lufta, før de andre resepsjonistene gir terningkast til diktet. I *diktposten* stiller resepsjonistene spørsmålstejn ved vitsen med å skrive dikt for å la leseren tolke det til å handle om noe helt annet (Sagen m. fl. 2010: 192). *Stavmixeren* skiller seg litt fra de andre postene fordi den går ut på at én av programlederne lager en matblanding som de to andre skal gjette innholdet i. Uten at de andre programlederne ser hva som blandes i en stavmixer, skal de altså finne ut hva blandingen består av ved å smake på innholdet. Vinneren av konkurransen er den med flest rette ingredienser.

Fellestrekkene for postene er blant annet at de fungerer som en slags konkurranse der programlederne enten konkurrerer mot hverandre, eller får terningkast på sitt bidrag av to andre programlederne. Om det er en konkurranse mellom to av programlederne, blir den som taper skutt med softgun. Som alt annet i *Radioresepsjonen* er også postene humoristiske innslag, der resepsjonistene ler både av og med hverandre. I tillegg kan postene der resepsjonistene lager

barnebok, kunstverk eller dikt også leses som en slags satire av nivået på samtidens kunstneriske uttrykk:

Det å ”vise verden” er jo stort sett det postene våre har vært brukt til hele veien, og med barnebokposten følte vi virkelig at vi illustrerte vårt poeng. Det å skrive en barnebok med en snål karakter med dobbeltnavn på bokstavrim, som kommer ut for et tabu som han eller hun rydder opp i på en kreativ måte, viste seg å være en amatørskribents enkleste oppgave (Sagen m. fl. 2010: 206).

Dagens post er ofte preget av en form for godlynt krancling om hvem som er best av resepsjonistene. De to som konkurrerer forsøker å påvirke dommeren til å kåre seg selv som vinner, slik at de slipper å bli skutt med softgun. Postene markerer også at vi nærmer oss slutten av programmet, da de er fast plassert som noe av det siste som skjer. Delsjangeren kan påstås å bestå av fem ulike faser. Først presenterer Steinar spalten og forklarer lytterne hva som skal skje og hvem av resepsjonistene som har hatt ansvar for *dagens post*. Deretter følger en fase der den som har ansvar for dagens post introduserer diktet, kunstverket, barnebokbidraget eller stavmixblandingen som han skal presentere. Framføringsfasen er selve kjernen i *dagens post*, og det er her presentasjonen foregår. Til slutt kåres vinneren i evalueringsfasen.

1. Presentasjonsfase: Steinar presenterer spalten, forklarer hva som skal skje
2. Introduksjonsfase: Resepsjonisten som skal presentere noe introduserer diktet, kunstverket, barnebokbidraget eller stavmixblandingen
3. Framføringsfase: Framføring av verk eller smaking på stavmixblandingen
4. Evalueringsfase: Terningkast gis eller vinner kåres.

Igjen er alle fasene i delsjangeren alltid med, noe som gjør samtlige faser obligatoriske. Framføringsfasen kan beskrives som kjerneaktiviteten i dagens post, og det er det som presenteres i framføringsfasen som har gitt navn til delsjangeren (jf. *stavmixer* eller *kunstposten*). Evalueringsfasen er også en viktig del av *dagens post*, og kan trolig betraktes som mer essensiell enn for eksempel presentasjonsfasen.

3.6.5 Skyt

Mot slutten av hvert program skal en av programlederne skytes med softgun på direkten. Også denne sekvensen har en rekke gjenkjennelige trekk som gjør det et er mulig å se på *skyt* som en egen delsjanger i *Radioresepsjonen*. For det første kommer den alltid helt sist i programmet, og hver gang er det en av programlederne som blir skutt. Sjokkmaskinen eller en eventuell

konkurranse avgjør som nevnt hvem som skal skytes. Den som blir skutt protesterer alltid på forhånd, og føler seg ofte urettferdig behandlet av de andre programleiderne:

Teksteksempel 10

Bjarte: Det er noe galt med den sjokkmaskinen.
Tore: Det er år og [dag]
Steinar: [ahaha]
Tore: = siden jeg har blitt straffet i Radioresepsjonen og det er [jeg lykkelig for]
Bjarte: [Jeg blir skutt hver dag]
Tore: Du blir ikke skutt hver dag.

Det er mye reallyd i denne delsjangeren fordi den som blir skutt ofte hyler i smerte. Selv om det ikke er mulig å se hvordan seansen foregår, gir hylinga inntrykk av at det ikke er tvil om at dette virkelig skjer i studio. *Skyt* er også den delen av programmet hvor resepsjonistene takker for seg og oppfordrer folk til å høre på neste sending også. *Skyt* kan påstås å bestå av fire ulike faser. Først kommer utvelgelsesfasen, før den som skal skytes uttrykker at han absolutt ikke ønsker å bli skutt. Så blir skuddene avfyrt og Steinar avslutter programmet. Avslutningsfasen foregår ved at Steinar takker for at lytterne har hørt på programmet og deretter introduserer programmet som følger etter *Radioresepsjonen* (jf. vertikal kategorilegging i kapittel 3.3):

1. Evalueringsfase: Det avgjøres hvem som skal skytes ved hjelp av sjokkmaskin eller bare ved en påminnelse om hvem som tapte konkurransen
2. Klagefase: Den som skal skytes protesterer og gruer seg
3. Skytefase: Én av resepsjonistene blir skutt
4. Avslutningsfase: Steinar avslutter, presenterer neste program, den som blir skutt viser smerter

I *skyte* er også alle fasene obligatoriske, selv om innholdet kan variere noe. Det er for eksempel varierende hvor mye den som skal skytes protesterer, men i mitt analysemateriale fra uke 49 i 2009, er klagefasen alltid til stede. Selve kjerneaktiviteten i denne delsjangeren er skytefasen, der én av resepsjonistene straffes med softgun. Analysen av *Radioresepsjonen* som sjanger har så langt fokusert på innhold og komposisjon, men registeret er også med på å beskrive programmets mest vesentlige trekk.

3.7 Mellompersonlige registerakser

De mellompersonlige registeraksene dreier seg om hvordan registeret kan fungere som et middel for den som snakker eller skriver til å vise hvordan han ser på seg selv, sitt emne og sin relasjon

til mottakerne. Det handler altså om registerets sosiale preg og viser hvordan språket brukes til å kontakt (Hellspong og Ledin 2004: 205–206).

3.7.1 Dialogisk – monologisk

Hvorvidt registeret er dialogisk eller monologisk avgjøres av om det er én eller flere som tildeles en ”rolle” i teksten. Et fullstendig dialogisk register finner vi bare i en virkelig samtale, men et dialogisk register kan også finnes i skriftlige tekster. Om en forfatter for eksempel tiltaler leseren med ”du” markeres det en samtalelignende relasjon mellom forfatteren og dem som leser. Et dialogisk register i en skriftlig tekst kan også skape en slags indre dialog der forfatteren drøfter fram og tilbake før han lander på noe (Hellspong og Ledin 2004: 206). Henger du med?

Teksteksempel 11

Steinar: Ja. Eh, vi skal i dagens sending gjennom en del punkter som dere sikkert vet, dere som har hørt på oss en stund (.)
Til dere som aldri har hørt på oss før og er første gang, altså har jomfruturen med Radioresepsjonen i dag, [så]=

Tore: [@@]

Steinar: så velkommen aller først.
Og, vi skal veilede deg gjennom disse to timene.

I *Radioresepsjonen* er registeret dialogisk i aller høyeste grad, i hvert fall når det gjelder samtale i studio. Det dialogiske registeret skapes av resepsjonistene seg i mellom, men også mellom resepsjonistene og de som hører på. Som vi ser i utdraget over er resepsjonistene opptatt av å inkludere lytteren, og fokuserer spesielt på å inkludere nye lyttere. Henvendelser som ”til dere”, ”vi skal veilede deg” og ”velkommen” gjør det tydelig at resepsjonistene forsøker å skape en dialog med lytterne. Disse tekstlige henvendelsene kan vitne om en vennskapelig modellsender med intensjon om å skape en kameratslig tone. Dermed legges det til rette for en modellmottaker som tolker de kameratslige henvendelsene som signal om at modellsenderen ønsker en aktiv modellmottakeren som tar del i teksten.

3.7.2 Uformell – formell

Grunnlaget for å skille mellom formell og uformell stil er *scenen* for språkbruken. Den formelle stilen er først og fremst forbundet med språknormer som brukes i institusjonelle sammenhenger, mens den uformelle stilen hører hjemme i privatsfæren. Likevel er det ikke slik at alle institusjoner bruker en formell stil (Svennevig 2009: 261). I massemediene kan *Radioresepsjonen*

fungere som et eksempel på hvordan programmer benytter seg av et uformell register. Formalitetsgraden viser seg i den sosiale rammen som teksten konstruerer, som framgår av hvilke språkhandlinger teksten rommer (for eksempel et påbud eller et kompliment) og hvordan teksten utfører dem (for eksempel fortrolige eller forsiktige strategier) (Hellspong og Ledin 2004: 207).

Hvor formelt registeret er avhenger av flere faktorer. Et formelt register består ofte av standardformer, mens et uformelt register tar i bruk dialektal variasjon og kan være preget av slang og annen gruppesjargong. Det formelle registeret inneholder gjerne konvensjonelle fraser, respektmarkører og affektivt nøytrale ord, mens det uformelle registeret ofte består av individuell variasjon, nærhetsmarkører og affektivt ladde ord. Når det gjelder syntaksen har den gjerne enkelt bestemthet, foranstilt eiendomspronomen og agensløse konstruksjoner i det formelle registeret, men dobbelt bestemthet, etterstilt pronomen og synlige aktører i det uformelle registeret (Svennevig 2009: 262–265). I tillegg er det verdt å merke seg at en muntlig tekst kan regnes som mer ledig, mens en skrevet tekst fort kan virke strammere og dermed mer formell (Hellspong og Ledin 2004: 207).

Teksteksempel 12

Bjarte: Og vi skal ikkje knipse?
Steinar: Eh, nei det [er ikke knipsbart]
Tore: [Nei, det synes jeg ikke]
Steinar: Eh, men det var nydelig pizza på pizzarestaurant,
den beste i Oslo.
Tore: Jøss. Peppes? @
Steinar: [Nei]=
Bjarte: [@@]
Steinar: = det er den verste i Oslo.
Tore: Ja, stemmer det. Stemmer det.
Jeg blander.
Steinar: Du blander verst og best.
Tore: Ja, det jeg mener er at de har det beste interiøret.

I dette utdraget ser vi hvordan Bjarte prater på stavangersk og bruker ”ikkje” i stedet for ”ikke”, mens Sagen-brødrene, som er fra Holmlia i Oslo, bruker ”ikke”. Den dialektale variasjonen er altså til stede og bidrar til en uformell stil. ”Det beste interiøret” er et eksempel på dobbelt bestemthet i utdraget, som også kjennetegner en uformell stil. Videre finner vi affektive ord og uttrykk som ”jøss”, som kanskje ville blitt byttet ut med ”det var uventet” i en mer formell stil. ”Ikke knipsbart” er et eksempel på uformell gruppesjargong som Steinar bruker for å fortelle

Bjarte at knipsingen i programmet må begrenses til noe er svært imponerende. Et uformelt register kan bidra til å skape en modellsender som hører hjemme i privatsfæren og dermed kan betraktes som en folkelig modellsender. Formuleringer som ”knipsbart” viser også en modellsender som bruker uttrykk som bare noen kjenner. Modellsenderen henvender seg dermed til en modellmottakeren som vet hva ”knipsbart” betyr. Slik etablerer det uformelle registeret en modellmottaker som allerede kjenner til universet som modellsenderen befinner seg i.

3.7.3 Subjektiv – objektiv

I en subjektiv framstilling viser forfatterne seg fram som et særskilt individ med sine egne tanker, meninger og følelser, mens han gjør seg mer anonym i et objektivt register. Et virkemiddel i den subjektive stilen kan være bruk av ironi, ved at skribenten inntar en sammensatt posisjon gjennom å la ordene stride mot sin egen holdning. I tillegg signaliserer ofte forfatteren sin egen rolle og gruppetilhørighet, ved hjelp av slang og sjargong. Det objektive registeret holder seg til et nøytralt språk og forsøker å se på verden fra et mest mulig nøytralt ståsted (Hellspøng og Ledin 2004: 208–209).

Teksteksempel 13

Bjarte: Du kunne sagt drittdikt liksom.
[Men at]=
Tore: [ja, det går]
Bjarte: = det gjør ikkje eg her nå.
Eg synes at det var fint.
Tore: Si det til oss altså.
Det er bedre enn at vi får dårlig rykte på oss.
Steinar: Spank my poem.
Bjarte: @
Tore: Ja.
Bjarte: Eh, terningkast?
Tore: Jeg gir det en, en helt vanlig treer.
Steinar: En treer, ja, men det er jeg vant til det.
Bjarte: Nei, du får en,
du får en STERK firer av meg.

I utdraget ser vi hvordan programlederne har muligheten til å gi terningkast på et dikt som leses opp. På denne måten framstår det subjektive registeret svært tydelig. I tillegg signaliserer Steinar gruppetilhørighet når han bruker det ungdommelige uttrykket ”spank my poem”. Når Steinar snakker med familien sin, bruker han sannsynligvis ikke slike uttrykk, men for å vise tilhørighet med den unge lytterskaren kan ”spank my poem” være en treffende beskrivelse på at de andre

resepsjonistene skal få lov til å slakte diktet hans. Signaler om gruppetilhørighet peker mot en folkelig modellsender som henvender seg til en modellmottaker som befinner seg i den samme gruppen. Et mer objektivt register ville trolig utelukket muligheten for gruppefølelsen som det subjektive registeret skaper. I tillegg ville trolig et mer objektivt register ødelegge for den hverdagslige tonen der modellsenderen kan henvende seg på en kameratslig måte til modellmottakeren. Slik skapes det en modellmottaker som kjenner *Radioresepsjonen*, og som forstår at terningkastene skal fungere som kameratslige og humoristiske tilbakemeldinger heller enn seriøse vurderinger av dikt.

3.7.4 Personlig – upersonlig

Registeraksen som går fra det personlige til det upersonlige kan minne mye om registeraksen subjektiv – objektiv. I et personlig register forsøker skribenten å framstå som et unikt individ (Hellspøng og Ledin 2004: 208), mens et upersonlig register skjuler individet i større grad. I *Radiohumor i endring* forklarer Kittelsen (2010) hvordan resepsjonistene deler intim informasjon om seg selv, med klar humoristisk distanse. Dette gir en pekepinn om et personlig register, men vi finner også andre registermarkører i *Radioresepsjonen* som viser at programmet beveger seg mot den personlige delen av registeraksen. Allerede i åpningen av programmet konsentrerer programlederne seg om å hilse på hverandre. Det personlige registeret minner om det Åbrink (1998: 383) kaller en inkluderende stil, som kjennetegnes av personlig tiltale og hilsningsfraser:

Teksteksempel 14

Bjarte: Hei til deg, Basse.
Steinar: Hei til deg.
Bjarte: Hei.
Steinar: Eh, du har det alright du?
Bjarte: Ja, jeg har det.

Siste 24 kan også inngå på som en del av det personlige registeret i *Radioresepsjonen*. Hele spalten dreier seg om hva resepsjonistene har brukt de siste tjuefire timene til, og fokuseres dermed rundt programledernes liv. Når resepsjonistene bruker tid på å fortelle lytterne hva de har spist til middag og hvilke tv-programmer de har sett på, kan registeret påstås å være personlig fordi programlederne inkluderer lytterne i sine liv og personlige erfaringer. En annen personlig registermarkør er at programlederne hilser spesielt på den som sender inn melding hver gang de bruker et lytterbidrag. På denne måten inkluderes innsenderen spesielt, og får positiv

oppmerksomhet. *Radioresepsjonen* får svært mange innspill fra lytterne, og for noen er kanskje oppmerksomheten man får rundt sitt alterego blant årsakene til at man sender inn bidrag:

Teksteksempel 15

Tore: Om jeg har spadd opp, ja.
Det, jeg skal ta en [funfact som kommer her]=
Bjarte: [@@]
Tore: = fra Spjæling
Bjarte: Hei Spjæling!
Steinar: Hallå Spjæling! Du kan ikke være tjukk.

Det personlige registeret i *Radioresepsjonen* kan dermed identifiseres hos programlederne, men også ved at publikum inkluderes som en del av sendingen. Ved å plassere seg i den personlige delen av registeraksen, skapes en modellsender som er villig til å dele intim informasjon med modellmottakeren. De personlige henvendelsene til dem som sender inn bidrag til programmet vitner også om en modellsender som ønsker innspill til teksten. En modellmottaker som skal svare på modellsenderens innspill tar dermed del i teksten. En måte å ta del i teksten på er å bidra med egne innspill. I utdraget over deler den empiriske mottakeren ”Spjæling” egenskaper med den aktive modellmottakeren, og dermed får han positiv respons tilbake.

3.7.5 Engasjert – distansert

I et engasjert register finner vi sterk grad av innlevelse, kraft og intensitet, mens et distansert register er mer nøytralt i sin framstilling. Det engasjerte registeret er mer følelsesladet, bruker flere verdiladede ord, og kan markeres ved hjelp av for eksempel utropstegn, store bokstaver og kursiv i skriftlige tekster (Hellspong og Ledin 2004: 209). Et distansert register i en skriftlig tekst kan for eksempel være en valgseddell der skribenten må framstå som helt nøytral for å ikke påvirke den stemmeberettigtes avgjørelse. En muntlig tekst som tar i bruk et engasjert register kan være sportskommentatorer som heier fram en langrennsløper mot mål eller kommenterer VM-finalen i fotball. Et mer distansert register kan man for eksempel finne hos en bingovert som leser opp tallene som trekkes ut av en bolle. *Radioresepsjonen* har flere registermarkører som kan indikere at vi befinner oss i den engasjerte delen av registeraksen. Både latter og roping er velkjente elementer fra programmet som viser engasjement, men hva resepsjonistene lar seg engasjere av er ikke alltid helt innlysende.

Teksteksempel 16

Bjarte: Okey. Ja, men jeg føler du tok det litt for bokstavelig da.
At du tok det, at det er sauar og løver.

Tore: Ja, men det står jo SAUER

Bjarte: JA, MEN DET ER JO BARE ET EKSEMPEL DA (roper)

I tilfellet over hisser Tore og Bjarte seg opp i en krangel om et ordtak som er sendt inn av en lytter. På radio er roping et kraftig virkemiddel, som resepsjonistene tar i bruk relativt ofte. På denne måten viser de sterke følelser, kraft og intensitet. Slik forsterkes følelsen av at programlederne lever seg inn i lytternes bidrag, men det kan også si noe om relasjonene i *Radioresepsjonen*. Mange lyttere setter som nevnt pris på dynamikken mellom programlederne, og krancling er trolig et av elementene som lytterne synes er morsomt. Ved å plassere seg i den engasjerte enden av registeraksen, etableres det en modellsender som slipper seg løs og dermed virker trygg i situasjonen. For å svare på modellsenderens engasjement som ofte skapes i diskusjoner om lytterbidrag, vil det være naturlig at modellmottakeren bidrar aktivt i programmet slik at modellsenderen kan engasjere seg i modellmottakerens bidrag.

3.8 Tekstuelle registerakser

De tekstuelle registeraksene beskriver ordvalgene i *Radioresepsjonen*, og sier noe om tekstens oppbygging. Analysen som følger vurderer hvorvidt det tekstuelle registeret i programmet er nominalt eller verbalt, tungt eller lett og om det er pratsomt eller konsentrert.

3.8.1 Nominal – verbal

Den nominal – verbale registeraksen dreier seg om informasjonstettheten i en tekst. Et nominalt register er konsentrert og fullt av informasjon, mens et verbalt register er mer resonnerende og sparsommelig med informasjonen. Et nominalt register krever mye planlegging fra senderen og mye ettertanke hos den som leser teksten, og forutsetter dermed en skriftlig tekst som bakgrunn, mens et verbalt register ofte finnes i talespråklige tekster. Det nominale registeret er preget av mange substantiv (på bekostning av verb og pronomen), mange lange nominalfraser, mange attributive preposisjonsfraser og få bisetninger. Et verbalt register har mange verb og pronomen (på bekostning av substantiv), få lange nominalfraser, mange adverbelle preposisjonsfraser og mange bisetninger (Hellspong og Ledin 2004: 78–79). Den verbale stilen minner mye om det Svennevig (2009: 267–268) kaller en analytisk stil, som kjennetegnes av at informasjonen er

oppstykket i mindre biter. Den analytiske stilen har informasjonsbærende verb og få preposisjonsfaser. I tillegg har gjerne teksten lette ledd på temaplassen, som innebærer at temaplassen bringer inn lite ny informasjon (Svennevig 2009: 267–268).

Teksteksempel 17

Bjarte: Eg gir den søttitre,
søttifire faktisk
[Søttifire rr-er]
Tore: [Søttitre søttifire]
Steinar: Søttifire da@
Bjarte: Eg går for søttifire.
Tore: Ja, jeg gir den søtti jeg.
Steinar: Ja, okey.
Eh, jeg gir den søtti jeg også faktisk.

I teksteksempelet gir hver enkelt ytring bare én enkelt ny informasjonsbit før det kommer en ny ytring med én ny informasjonsbit, eller en gjentakelse av den forrige informasjonsbiten. Det informasjonstunge verbet ”gir” brukes flere ganger i utdraget, og uttrykker konkrete handlinger av deltakerne. Ytringene er bygd opp på en enkel måte, uten innskutte ledd og med lav informasjonstetthet. Disse funnene gjør at det kan hevdes at vi befinner oss i den verbale enden av registeraksen. Et verbalt register skaper en modellsender som bærer et folkelig preg, og som ikke ønsker å smykke seg med intrikate setningsoppbygginger. Gjennom et lett og hverdagslig språk, skapes det også en nær og personlig modellsender.

3.8.2 Tung – lett

Registeraksen tung – lett dreier seg om lengde og hvor innviklet innholdet er. Et lett register har korte setninger og godt oppbygde meninger, mens et tungt register har lengre setninger og et mer innviklet innhold. Det at *Radioresepsjonen* definerer seg selv som ”lettbeint” underholdning kan fungere som en registermarkør som beveger seg mot den lette delen av registeraksen.

Teksteksempel 18

Steinar: Ja, det er det.
Eh, Bjarte Paul, du ropte i begynnelsen av programmet.
Bjarte: Ja, det [var]
Steinar: [Betyr] det at du er glad?
Bjarte: Ja, eg er kjempeglad.
[Kjempeglad]
Steinar: [Ja]

så hadde du hatt hale så hadde du logret voldsomt nå.
Bjarte: Mm@ Det hadde eg.

Eksempelet viser hvordan resepsjonistene bruker korte setninger med et begrenset innhold. I et tungt register er det også mulig å se for seg at samtalen ville stoppet allerede etter de to første ytringene. Men i et lettere register ser vi hvordan resepsjonistene har behov for å utbrodere meningene sine og servere lytterne meninger med teskje. Steinars enkle presisering av at halen til Bjarte ville logret om han hadde hatt en, kan også fungere som en registermarkør på et lett register. Igjen forklarer programlederne nærmere hva de mener, og bruker en ganske enkel metafor på hvor glad Bjarte faktisk er. En modellsender som hele tiden forklarer alt nærmere, kan tyde på en modellsender som har et ønske om å sørge for at alle henger med i tankerekken. For å svare på modellsenderens spørsmål om hvorvidt alle henger med, skapes det en aktiv modellmottaker som bekrefter og kommer med tilbakemeldinger til modellsenderen.

3.8.3 Pratsom – konsentrert

Et pratsomt register er typisk for talespråk og tar i bruk adverbial som får avslutte meninger, for eksempel ”altså”, ”enda” og ”liksom”. Et mer konsentrert register vil uttrykke seg direkte i mye større grad (Hellspøng og Ledin 2004: 202).

Teksteksempel 19

Tore: Det handler jo om Jungelboken.
Det [handler om Baghera]
Steinar: [er litt jungel]
altså panteren Baghera.
Steinar: Ja, fordi man (.)
ikke sant, man (.)
jeg kan forklare [litt]
Bjarte: [Eg] ja eg tenkte,
Bare hvis eg får tolke det først da=
Steinar: Ja, gjør det
((utydelig))
Bjarte: = ja, men før du sier fasit liksom.
Jeg bare tenkte du så på,
så på Baghera som Gud et øyeblikk der tenkte eg.

I utdraget over ser vi hvordan både Tore og Bjarte bruker ”altså” og ”liksom” for å komme fram til poenget, som kan fungere som en registermarkør på at vi befinner oss i den pratsomme enden av registeraksen. Å avslutte en ytring med ”tenkte jeg” kan også vurderes som typisk for det

pratsomme registeret. I tillegg kan ytringen ”Ja, fordi man, ikke sant, jeg kan forklare litt” illustrere at vi *ikke* har å gjøre med den konsentrerte delen av registeraksen. Resepsjonistene er relativt upresise i hvordan de snakker, noe som også kan tyde på at dette er ting de tar på sparket. Jo mer planlagt praten er, jo mer konsentrert vil den sannsynligvis framstå. Ved å bevege seg mot den pratsomme enden av registeret, etableres det en modellsender som framstår på en vennskapelig og hverdagslig måte. For å svare på slike omtrentlige henvendelser, skapes det en modellsender som føler at terskelen er lav for å ta del i programmet. Modellsenderen kan oppleve det omtrentlige språket som et tegn på åpenhet og kan komme med tilsvarende som ”det er klart jeg vil ta del i teksten når jeg kan uttrykke meg med mitt hverdagslige språk”.

3.9 Oppsummering av registeret

Ved å ta i bruk Hellspong og Ledins (2004) ”stilaxler”, har *Radioresepsjonens* register blitt beskrevet. Innenfor den mellompersonlige registeraksen, som handler om tekstens sosiale preg, kan *Radioresepsjonens* register beskrives som dialogisk, uformelt, subjektivt, personlig og engasjert. Den tekstuelle registeraksen dreier seg blant annet om ordvalgene i *Radioresepsjonen*, og kan karakteriseres som verbalt, lett og pratsomt. Registeranalysen har forhåpentligvis gitt et inntrykk av stilmåtene i *Radioresepsjonen*, og i tillegg kommet med antydninger om programmets modellsender og modellmottaker.

3.10 Modellsender

Med utgangspunkt i registeranalysen har jeg foreslått mulige tolkninger av modellsenderen som et rasjonelt handlende vesen. Dette vesenet har en intensjon med sine ytringer som den ønsker å dele med sine mottakere, og kan presenteres som Den nære kameraten:

3.10.1 Den nære kameraten

Ved å ta i bruk dialekt og gruppesjargong, gir det uformelle registeret indikasjoner om en alminnelig og hverdagslig modellsender. Den samme alminnelige modellsenderen skapes gjennom det verbale og lette registeret som preges av enkel setningsoppbygging og lite innviklet innhold. Dette kan peke mot en modellsender som identifiserer seg med dem som hører på, og som ønsker å være likestilt med dem som hører på som en nær kamerat. Gjennom det dialogiske registeret ser vi hvordan modellsenderen stadig henvender seg til modellmottakerne på en vennskapelig måte. Det subjektive og personlige registeret legger også opp til en modellsender

som er uformell og kameratslig i tonen. Gjennom å hele tiden henvende seg til modellmottakerne ved hjelp av det personlige pronomenet ”du”, tydeliggjør Den nære kameraten at tonen er personlig og nær.²⁷

Selv om modellsenderen er en tekstlig størrelse, kan vi se klare likhetstrekk mellom Den nære kameraten og inntrykket programlederne forsøker å gi av seg selv: ”En feit, en lang og en gammel mann prøver å lage program på P3” (Sagen m. fl. 2010: 19). Dette støtter opp under inntrykket av en modellsender som prøver å fremstå så normal og ydmyk som mulig. Den ”gamle” mannen, Bjarte Paul Tjøstheim, er 43 år og kanskje gammel i forhold til en gjennomsnittlig P3-lytter, men å påstå at man er gammel når man er 43 år kan sees på som en overdrivelse. Videre *prøver* resepsjonistene å lage program på P3, men med sine 120 000 lyttere i daglig gjennomsnitt (E24 2010) kan man trygt si at de *lykkes* med å lage radioprogram. Slik skapes det et bilde av en helt vanlig avsender som på ingen måte er noe bedre eller mer verdt enn dem som hører på programmet. Gjennom *siste 24* deler også den empiriske avsenderen egenskaper med Den nære kameraten. Programlederne bruker god tid til å fortelle lytterne hva de har brukt tid på de siste tjuefire timene og framstiller seg så hverdagslige som mulig. Detaljerte beskrivelser av hva man har gjort det siste døgnet kan kjennetegne samtalene man har med nære venner i en privat sfære framfor samtaler med offentlige personer i institusjonelle omgivelser. Som regel består disse oppdateringene av hva resepsjonistene har spist til middag, hvilke tv-serier de har sett, og når de har lagt seg på kvelden:

Teksteksempel 20

Tore: Jeg kan fortelle at jeg, jeg spiste spaghetti
Bjarte: (knipser) Hrrr, hrr, hrr
Tore: Også løste jeg kryssord etterpå
Bjarte: [hrr, hrr, hrr]
Steinar: [@]
Tore: Spaghetti og kryssord
Steinar: Oi, oi, oi
Tore: Og det var stort sett det jeg gjorde

Det kan virke som om Den nære kameratens intensjon er å ligne mest mulig på sin mottaker, og dermed identifiserer seg som en del av ”gjengen” som hører på *Radioresepsjonen*. Gjennom å

²⁷ Umberto Eco bruker konsekvent stor M i Modelleser for å understreke dens autoritative status (Tønnesson 2006: fotnote 2).

framstå som en kompis, unngår modellsenderen å heve seg over andre, og kan på den måten styrke troverdigheten sin ved å framstå som en jordnær sender. Slik legger Den nære kameraten opp til et jevnbyrdig forhold mellom sender og mottaker.

3.11 Modellmottaker

Registeranalysen antyder også hvordan det skapes ulike modellmottakere i teksten gjennom de forskjellige registrene. Disse vil presenteres som Den fjerde resepsjonisten og Den innviede.

3.11.1 Den fjerde radioresepsjonisten

Gjennom det dialogiske registeret legges det opp til en aktiv modellmottaker som i mest mulig grad skal ta del i teksten. Det personlige og engasjerte registeret legger også opp til en foretaksom og energisk modellmottaker. Modellsenderen er allerede presentert som Den nære kameraten. For å svare på denne modellsenderens ønske om kontakt, kan modellmottakeren innta posisjonen som Den fjerde radioresepsjonisten og bidra med innspill til teksten. Men det er ikke bare tekstlige signaler som peker mot en aktiv modellmottaker. De ulike spaltene i *Radioresepsjonen* er bygd opp ved hjelp av lytternes bidrag, og legger dermed opp til en modellmottaker som er med på å skape teksten. Ifølge Hanne Løchstør (1984: 67) har demokratiseringstanken gitt opphav til programtyper der lytterne påvirker innholdet. Men hun stiller seg tvilende til om motivasjonen bak slike radioproduksjoner virkelig er et ønske om toveiskommunikasjon, eller om det er de radiojournalistiske normene for programmaterialets kvalitet som er avgjørende for vurderinga av lytterbidrag. For Den fjerde radioresepsjonisten gjelder det å holde seg innenfor de radioresepsjonistiske konvensjonene. Om de ikke følges, er det lite sannsynlig at bidraget blir tatt opp på lufta.

For å følge konvensjonene, må man vite noe om de ulike spaltene i *Radioresepsjonen*. I utdraget under viser den empiriske mottakeren Ingjerd hvordan hun deler egenskaper med Den fjerde radioresepsjonisten. Hun følger *Radioresepsjonens* konvensjoner når hun sender inn et spørsmål til programmet til riktig spalte, og som åpner for en passe triviell diskusjon. I utgangspunktet er ikke *Radioresepsjonen* nødvendigvis riktig forum å rette spørsmål om skolekorps til, men med postkassespalten er det først og fremst meninga at resepsjonistene skal diskutere seg i mellom og begrunne hvorfor de mener som de gjør:

Teksteksempel 21

Tore: Jeg tar dette (leser opp)
"Bør jeg slutte i skolekorpset?
Jeg har spilt kornett i sikkert sju år og kun være med i natur og ungdom"
altså hun skal droppe skolekorpset og bare være i natur og ungdom=
Steinar: Mm
Tore: = "eller bør jeg bli enda mer nerdete og begynne å bruke all min fritid på living"
altså live-rollespill
Steinar: Det her, det er tre litt sånn, hva skal jeg
i mitt liv så ville jeg på en måte droppet alt, men
Bjarte: [@]
Tore: [Hvis] jeg skal si da, for å rendyrke stilen din=
Steinar: Mm
Tore: = så er det du gjør feil er å være med i skolekorpset=

Den fjerde radioresepsjonisten kan beskrives som en bidragsyter til debatten i programmet, men kan også identifisere seg som en radioresepsjonist på andre måter. Ved å gi seg selv fiktive navn som stemmer overens med *Radioresepsjonens* konvensjoner, kan man påstå at de empiriske lyttere forsøker å nærme seg Den fjerde radioresepsjonisten. I stedet for å undertegne med sitt egentlige navn, velger nemlig de fleste lytterne å undertegne bidrag med ulike alterego. Lyttere som sender inn bidrag til onelinerspaltene kan for eksempel signere sine bidrag med "Erlend. Kokk og onelinerkonsulent", "Hjelmstad snekker og oneliner verksted" og "Seb's farm for oppdrett av frittgående one-linere" (NRK 2010b).²⁸

3.11.2 Den innviede

Mens Den fjerde radioresepsjonisten blir beskrevet som en aktiv bidragsyter til programmet, er det mulig å identifisere en annen modellmottaker som en mer passiv mottaker. Denne modelllytteren får navnet Den innviede og kjennetegnes ved at den er med i gjengen som forstår humoren i *Radioresepsjonen*. Gjennom det uformelle og subjektive registeret tas det i bruk gruppesjargong og uttrykk som krever at man kjenner *Radioresepsjonen* for at man skal forstå budskapet. Slik åpner registeret for å skape en gruppefølelse der de som kjenner til programmet får ta del. Det jevnbyrdige forholdet modellsenderen legger opp til, inviterer Den innviede inn i teksten gjennom blant annet personlige henvendelser og stadige forsikringer om at de er glade for at akkurat "du" hører på. Den kameratslige tonen modellsenderen legger opp kan føre til tilsvarende

²⁸ Onelinerspaltene er en spalte som presenterer ulike onelinere, altså morsomheter på kun en setning, for eksempel "Eple nekter, de kneip brødet, men siktet hvetemel!" (2010b).

teksten fra Den innviede som ”Hei igjen, det er klart jeg hører på. Dette er jo *vår* tid”. Den innviede er en tekstlig størrelse, men deler egenskaper med de empiriske lytterne som har glede av programmet fordi de forstår *Radioresepsjonens* univers, men som ikke ønsker å ta aktiv del i programmet. Det kan dermed være naturlig å se for seg at de aktive lytterne identifiserer seg med Den fjerde radioresepsjonisten, mens de passive lytterne identifiserer seg med Den innviede.

3.12 En ”eksklusiv” kommunikasjonskontrakt

I *Radioresepsjonen* skaper deltakerne mening i fellesskap ved hjelp av en implisitt kommunikasjonskontrakt der deltakerne har gjensidig bakgrunnskunnskap. Deltakerne i kommunikasjons situasjonen er identifisert som modellsenderen Den nære kameraten og modellmottakerne Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede. Det er allerede antydning at forholdet mellom disse virker som et jevnbyrdig forhold der ingen hever seg over andre. Konvensjonene er kjente for deltakerne og sånn sett deler de også gjensidig bakgrunnskunnskap. Modellsenderen Den nære kameraten legger opp til en kameratslig tone, som kan indikere at kommunikasjonskontrakten gjelder de som er en ”en del av gjengen”. Dette bekreftes på sett og vis når Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede presenteres som modellmottakere. Henvendelsene til modellmottakerne baserer seg på at de kjenner modellsenderen og teksten godt. Når forholdet mellom deltakerne i kommunikasjonen er nært, kan trolig kommunikasjonskontrakten oppleves mer ”lukket” enn om hvem som helst inviteres inn i teksten.

Kommunikasjonskontrakten dannes først og fremst av modellsender og modellmottakere fordi det er dem man må nærme seg for å forstå teksten på en ”forbilledlig” måte. Men mediet kan også ha påvirkning for kommunikasjonskontrakten. Radiomediet er et medium som krever konsentrasjon for å oppfatte innholdet, og det kan gjøre kommunikasjonskontrakten mer eksklusiv. For å få forståelse av teksten kreves det altså en viss innsats, som også kan illustreres ved hjelp av det semiotiske rommet som er relativt vanskelig tilgjengelig. Da er det fort gjort at de som ikke oppfatter innholdet med én gang heller velger en annen tekst som er lettere tilgjengelig og som ikke krever den samme konsentrasjonen. I tillegg har radiomediet et mindre publikum enn for eksempel tv-mediet, som gjør at det ikke er så mange empiriske lyttere som får med seg et radioprogram som et tv-program. En mulig antakelse er at kommunikasjonskontrakten er relativt ”eksklusiv” så lenge modellmottakerne er smalt definerte grupper som det krever litt innsats å identifisere seg med.

3.13 Kapitlet i korte trekk

Radioresepsjonen er et underholdningsprogram på P3 som sendes to timer hver dag fra mandag til torsdag med Steinar, Tore og Bjarte som programledere. Formatet i radioprogrammet følger en fast horisontal kategorilegging, der strukturen er velkjent for faste lyttere. For å ta del i *Radioresepsjonens* semiotiske rom tas det i bruk ressurser som intro, prat, konvensjoner og jingler. Det er bare auditive signaler som kan hjelpe lytterne inn i det semiotiske rommet, som kan gjøre det vanskelig å få tilgang til det semiotiske "huset" som *Radioresepsjonen* består av. Programmet kan beskrives som et typisk magasinformat som bygger på følgende delsjangre: *Siste 24*, *innslag*, *dagens spalte*, *dagens post* og *skyt*. Delsjangrene følger et fast sjangerskjema, og det er lite rom for variasjon hva gjelder rekkefølge og utskifting av faser i dette sjangerskjemaet. Registeret i programmet kan kort oppsummert beskrives som konkret, vagt, dialogisk, uformelt, subjektivt, personlig, engasjert, verbalt, lett og pratsomt. Mot slutten av analysen har vi sett hvordan modellsenderen kan beskrives som Den nære kameraten, som ønsker å framstå som en alminnelig kamerat av mottakerne. Modellmottakerne kan vurderes som Den fjerde resepsjonisten og Den innviede. Førstnevnte bidrar i programmet ved hjelp av kunnskapen den har opparbeidet seg om programmets konvensjoner, mens sistnevnte kjenner programmet godt, uten å ha et ønske om å være en aktiv bidragsyter. Gjennom et likeverdig og nært forhold mellom deltakerne i kommunikasjonssituasjonen skapes det en "eksklusiv" kommunikasjonskontrakt der deltakere kan beskrives som relativt smalt definerte grupper.

4. Analyse av Radioresepsjonen på TV

"Du trenger ikke å si nappe seg i løken på TV" (Steinar Sagen)²⁹

4.1 Radioresepsjonen på TVs situasjonskontekst

Beskrivelsen av *Radioresepsjonen på TV*s situasjonskontekst følger redegjørelsen av *Radioresepsjonens* situasjonskontekst, og tar utgangspunkt i programmets felt, relasjon og mediering. *Radioresepsjonen på TV* sendes ikke direkte, men blir tatt opp et par dager før programmet sendes. På dette området skiller altså tv-programmet seg fra radioprogrammet, som alltid sendes direkte. Analysen av *Radioresepsjonen på TV* bygger på et program som er tatt opp to dager før det sendes på tv, og som senere analyseres ved hjelp av nett-tv. I og med at programmet uansett sendes som opptak når det går på tv for første gang, vil ikke analysesituasjonen noen uker seinere avvike så veldig fra den opprinnelige situasjonskonteksten fordi seernes mulighet til å bidra under sending uansett ikke er tilstede.

4.1.1 Felt

Som Steinar Sagen uttaler i det første programmet, dreier også *Radioresepsjonen på TV* seg om lettbeint underholdning. Dermed kan både tv-programmet og radioprogrammet beskrives som underholdningsprogram. *Radioresepsjonen på TV* ledes av de samme tre programlederne som leder radioprogrammet, altså Steinar, Tore og Bjarte. Hanne Bruun (1999: 11) forklarer hvordan talkshowet befinner seg mellom journalistiske magasinprogrammer og tribuneunderholdning. Derfor kan det være grunnlag for å påstå at det velkjente magasinformatet fra *Radioresepsjonen* blandes med tribuneelementet i *Radioresepsjonen på TV* som igjen gjør at tv-programmet kan beskrives som et talkshow. Utformingen av studio med et klassisk skrivebord som programlederen kan sitte bak og en stor rød sofa er også med på å bekrefte antakelsen om *Radioresepsjonen på TV* som talkshow. Et program varer i en halv time, og består av prat, spalter og forhåndsproduserte innslag. Mens radioprogrammet har ulike spalter hver dag, har tv-programmet én spalte som kjøres fast i hvert program, nemlig postkassespalten som også er kjent fra radio. Programmet sendes på NRK3, som kan beskrives som "søsterkanalen" til NRK P3 i og

²⁹ *Radioresepsjonen på TV*, episode 5, 2010

med at begge har en ungdommelig profil. Som i radioprogrammet varierer emnevalgene i *Radioresepsjonen på TV* fra det helt hverdagslige til det svært utradisjonelle. Heller ikke på tv virker det som det er grenser for hva resepsjonistene bør unngå å snakke om. Et eksempel på det er resepsjonistenes diskusjon om rumpelo og danglebær i episode 5.³⁰

Lydbildet i tv-programmet består av de samme lydene som i radioprogrammet, nemlig stemmer, musikk, miljølyd og lydeffekter. I *Radioresepsjonen på TV* er bare stemmene kjernen i programmet, til forskjell fra radioprogrammet der både musikk og stemmer beskrives som en del av kjernen. Det er musikk i tv-programmet også, men først og fremst bakgrunnsmusikk, ikke egne musikkinnslag som det er på radio. Dermed fungerer både musikk, miljølyd og lydeffekter som bakteppe i tv-programmet. I *Radioresepsjonen på TV* er det korte musikkintroduksjoner med tekstvignetter til de ulike spaltene, men de velkjente jinglene fra radioprogrammet er ikke tatt med over til tv. Dermed forsvinner en del av *Radioresepsjonens* mest velkjente varemerker når programmet skifter medium. En av årsakene er trolig at jingler først og fremst hører hjemme i radiomediet, og at lengre lydklipp uten at det foregår noe annet er lite hensiktsmessig i tv-mediet.

Miljølyden i *Radioresepsjonen på TV* stammer fra programledernes mikrofoner, fra ulike innslag og fra publikum i form av latter og applaus. Miljølyden fra publikum i studio var ikke en del av radioprogrammet, men i tv-programmet fungerer den som en slags oppmuntrende effekt for programlederne. I tillegg kan det tenkes at publikum i salen er med på å ”avgjøre” når seeren hjemme i sofaen kan le. Når en hel sal bryter ut i latter, er det trolig lettere å le når man sitter hjemme og ser på. Miljølyden i studio består først og fremst av somatiske lyder, altså lyder som kroppen lager, for eksempel klapping og latter. De ubestemmelige lydene som resepsjonistene lager på radio er også med i tv-programmet, for eksempel ”æuuu” og ”yayayaya”. Deler av lydbildet blir dermed overført til tv, men den velkjente knipsingen fra radioprogrammet brukes ikke lenger for å vise begeistring. Isteden brukes knipsingen for å rette fokus mot et bilde eller lignende som skal vises fram:

Teksteksempel 22

Bjarte: Men uansett så hadde eg tenkt da, hvis min mor ser på nå (ser i kamera)
Som ja, eg vet at hun gjør.

³⁰ Med danglebær sikter resepsjonistene til avføring som blir hengende fast i kroppshår rundt anus.

Hei til deg (Tore vinker).
Eg har bare tatt med et bildebevis for å bevisе da at eg faktisk kler nok på meg=
Steinar: Ja
Bjarte: = når eg går ut. Se på dette (knipser én gang).
((bilde av Bjarte vises på en stor skjerm i studio))
((latter fra publikum i studio))

Andre lyder i studio kan for eksempel være lyder av gjenstander og fra instrumenter. Softgunskuddene er like tilstedeværende i tv-programmet som i radioprogrammet og Steinar tar ofte i bruk et keyboard i studio for å lage lydeffekter til ulike spalter.

4.1.2 Relasjon

Relasjonen i *Radioresepsjonen på TV* bygger på noen av de samme relasjonene som i radioprogrammet, men det oppstår også nye relasjoner når *Radioresepsjonen* skifter medium. På radio besto relasjonen mellom de tre programleiderne av et tydelig rollemønster, med Steinar som programleder, Tore som bedreviter og lydtekniker og Bjarte som underdanig sidekick. I tillegg var lytterne en del av relasjonen, enten i form av innspill til programmet eller som passive lyttere. I *Radioresepsjonen på TV* er Steinar plassert bak et stort skrivebord, mens de to andre sitter i en sofa tvers ovenfor. Dette er med på å understreke Steinars rolle som programleder. På radio er inntrykket av Steinar som programleder basert på hva resepsjonistene sier og når de har taletid, men på TV er utformingen av studioet med på å framheve programlederen på en enda tydeligere måte. Bjartes rolle som underdanig videreføres til *Radioresepsjonen på TV*, ved at han fortsatt utsettes for intern nedgradering:

Teksteksempel 23

Bjarte: Når du får skikkelig fyr på staken da er det julestemning synes eg.
((latter fra publikum i studio))
Bjarte: @
Tore: (slår Bjarte) Du er morsommere enn de aller fleste du (ironisk toneleie).
Steinar: Jeg har lyst til å kaste en blyant på deg, men det skal jeg ikke gjøre.

Seerne er med som bidragsytere ved hjelp av innspill i tv-programmet også, og blir dermed en del av relasjonen i programmet. Men til forskjell fra radioprogrammet er ikke tv-programmet direktesendt, som gjør relasjonen mellom programleiderne og bidragsyterne mindre direkte. Dermed faller også muligheten til å sende inn innspill underveis i programmet bort. Publikumsbidragene i tv-programmet blir valgt ut på forhånd, mens radioprogrammet er preget

av mer spontane innlegg som kommer inn under sending. I tillegg til seerbidragene, blir også publikum i studio en del av relasjonen i *Radioresepsjonen på TV*. Publikummet i studio bidrar med latter og applaus underveis i programmet, og det hender at programlederne henvender seg til publikum, for eksempel ved avstemninger der publikum bruker mentometerknapper. Som på radio er det en ”avtale” mellom resepsjonistene i TV-programmet om at ordet ”postkasse” må gjentas før man kan åpne postkassespalten. Men i *Radioresepsjonen på TV* blir publikum også en del av denne ”avtalen”:

Teksteksempel 24

Steinar: Vet du hva det er tid for nå?
Tore: Er det Radioresepsjonens postkasse?
Steinar: Postkasse!
Bjarte: Postkasse!
Publikum: Postkasse!

Vi får dermed en relasjon bestående av resepsjonistene og tre typer publikum: Publikum i studio (som ikke fantes i radioprogrammet), seere som bidrar med innspill i programmet og de passive seerne. Videre er det en tendens til at tv-programmet inkluderer andre gjester i mye større grad enn radioprogrammet. Seigo Sato, en sushi-kokk fra Japan, har hatt ulike roller i seks av åtte programmer. I det første programmet var han gjest, og utover vinteren har han blant annet vært deltaker i gameshow og assistent i stavmixerkonkurransen. I tillegg til Satu, har *Radioresepsjonen på TV* hatt andre statister i studio i forbindelse med konkurranser. Innslagene, som på radio bare baserte seg på de tre programlederne, har også hatt med andre skuespillere. I det første programmet var for eksempel Harald Rønneberg, fra TV2-programmet *Senkveld*, med i et av innslagene. I motsetning til radioprogrammet der det ikke ga mersmak å ha fremmede i studio, ser det altså ut til at tv-programmet gjerne deler universet med andre.³¹

Posisjoneringen i *Radioresepsjonen på TV* er også sjangeravhengig. Plasseringen av Steinar bak et skrivebord med en egen ”programlederstol” kan være med på å forsterke programlederen som posisjoneringsstereotypi, og i større grad enn i radioprogrammet formidle at han posisjonerer seg over de andre når resepsjonistene sitter og prater sammen. Når de beveger seg ut på gulvet, for eksempel i *skyt*, er det derimot ikke gitt at Steinar kan posisjonere seg øverst i hierarkiet. Om

³¹ Jm. kapittel 3.1.2.

publikum har bestemt at det er han som skal skytes og Bjarte står klar for å skyte han, er posisjoneringen en helt annen enn når Steinar er plassert bak skrivebordet.

4.1.3 Mediering

Medieringen i *Radioresepsjonen på TV* er en offentlig handling gjennom massemediet tv. Til forskjell fra radio, som kun bygger på hørselssansen, har det multimodale tv-mediet mulighet til å stimulere både hørselssansen og synssansen. I tillegg til levende bilder, kan tv-mediet også legge til skrift og andre illustrasjoner på skjermen. Dette utnytter *Radioresepsjonen på TV* ved blant annet å vise publikumsavstemninger på skjermen og ved å bruke vignetter med tekst når en ny delsjanger introduseres i tv-programmet. Selv om *Radioresepsjon på TV* sendes i opptak, forsøker det å gi inntrykk av å være en direktesending. Episode 7 starter for eksempel med resepsjonistenes vurdering av *Trekant*, som er programmet som har sendetid rett før *Radioresepsjonen på TV*. I tillegg kan de direkte henvendelsene til publikum, øyekontakten med seeren og publikummet i studio være med på å forsterke inntrykket av at det er en direktesending (Enli m. fl. 2010: 134). Det er likevel stor forskjell på å sende direkte og på ta opp noe i studio og redigere det før det sendes. Mens en direktesending foregår der og da, uten muligheter til å endre på ting som er sagt og gjort, risikerer et opptak å bli mer forutsigbart.

I *Radioresepsjonen på TV* har programlederne vært gjennom en generalprøve uten publikum, før publikum får ta del i innspillingen. Generalprøven er mest for produksjonens del, men bidrar også til at resepsjonistene vet hvor de skal være til enhver tid (Tjøstheim, intervju 29.04.2011). En antakelse kan være at det diskuteres hva som fungerte i generalprøven, og at innspillingen delvis legges opp etter det. Mye kan også skje i redigeringsrommet, og det hender at deler av programmet må tas opp på nytt (egen erfaring fra innspilling). Umiddelbart kan det altså tyde på at noe av spontaniteten forsvinner når et program spilles inn på forhånd, men det er også tilfeller i tv-programmet hvor programlederne ler og sier at noe må klippes bort uten at det blir tatt hensyn til i redigeringsrommet. Det gjøres altså forsøk på å beholde noe av det spontane som radioprogrammet var kjent for. Noen av konvensjonene og språkføringen fra *Radioresepsjonen* føres videre til *Radioresepsjonen på TV*, som gjør at den sosiale atferden i tv-programmet også kan betraktes som regulert:

Teksteksempel 25

Steinar: Og nå får vi altså så mye post, [og det virker som]
Tore: [Post]
Bjarte: Post
Steinar: Nei!
Publikum: Post!
Steinar: Nei, nei, nei. Å, nei, nei, nei. Det er bare postkasse=
Tore: Postkasse
Bjarte: Postkasse
Postkasse: Postkasse!
Steinar: = vi gjentar her i dette programmet

Likevel kan det stilles spørsmålstegn ved hvorvidt den sosiale atferden på tv er like strengt regulert som den på radio. Som beskrevet tidligere forsvinner for eksempel knipsingen fra *Radioresepsjonen* i overgangen mellom radio og tv. Det er klart at applaus høres bedre og gir et tydeligere uttrykk for begeistring, men nettopp knipsinga var en viktig del av konvensjonene for de som kjenner radioprogrammet. Som del av medieringen i tv-programmet vises det også fram bilder ved hjelp av en storskjerm i studio:

Teksteksempel 26

Bjarte: Men vi kan se litt på hvordan det tok seg ut.
Steinar: La oss [gjøre det]
Bjarte: [Se på] dette (knipser én gang)
((bilde av Bjarte som sitter på en ponni dukker opp på storskjermen i studio))

Storskjermen fungerer omtrent på samme måte som hjemmesidene fungerer i radioprogrammet. Bildene på skjermen supplerer det resepsjonistene forteller, men man kunne klart seg uten å vise fram bilder også. I tilfellene der skjermen brukes til stillbildevisning i tv-programmet kan man lure på om ikke bildene like gjerne kunne vært lagt ut på nettet som et slags bonusmateriale. Nettet brukes nemlig som arena for bonusmateriale i tv-programmet også, der for eksempel tabbeklipp fra tv-programmet vises.

4.2 Tekstuell kontekst: Tekst- og normsamspill

4.2.1 Tekstsamspill

Radioresepsjonen på TV blir sendt på NRK3 hver onsdag fra klokka 22:00 til klokka 22:30 i perioden som utgjør analyseobjektet mitt.³² Etter jul sendes programmet på samme kanal og samme dag, men en halvtime senere. Før jul ble seksualopplysningsprogrammet *Trekant* sendt før *Radioresepsjonen på TV*, mens kjendismusikalserien *Påpp & Råkk* ble sendt etter programmet. Kotteksten består dermed av programmer som har omtrent samme målgruppe som *Radioresepsjonen på TV*. Den tidligere nevnte målgruppetenkingen gjør seg dermed gjeldende når NRK3 forsøker å samle norske produksjoner for unge voksne på samme kveld.

Når det gjelder tv-programmets tekstsamspill med andre tekster må først og fremst radioprogrammet nevnes. Programmene heter omtrent det samme, det er de samme programlederne, formatkomposisjonen er relativt lik og produsentene selv er opptatt av å videreføre *Radioresepsjonens* univers. Dermed vil radioprogrammets tekstsamspill med andre tekster også gjelde tv-programmet i en viss grad. Etter at radioprogrammet avsluttet sine sendinger, ble *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* og *Den relativt store DVDen om Radioresepsjonen* gitt ut. I tillegg holdt resepsjonistene jinglekonsert på Rockefeller. Alle disse tekstene kan betraktes som tekster som *Radioresepsjonen på TV* bygger på og samspiller med. I tillegg kan man dra paralleller til ulike talkshow som for eksempel *Storbynatt*, *Senkveld* og *Showman*. I tv-programmet omtales *Storbynatt* også som *Radioresepsjonen på TVs* ”vennskapsprogram”. Studioene i alle disse programmene består av en stor skrivepult der programlederen sitter, og en sofa eller stoler der det er plass til gjester. At programlederne åpner showet med å fortelle vitser foran kameraet, finner vi også igjen i utenlandske talkshow som for eksempel *Late Show with David Letterman* og *The Tonight Show with Jay Leno*.

4.2.2 Normsamspill

Normsamspillet i tv-programmet bygger på mange av de samme normene som i radioprogrammet: Det meste er greit så lenge resepsjonistene settes på plass om de går over streken. Det innebærer at den sosiale aggresjonen som ble identifisert i radioprogrammet

³² Episode 5–8 før jul i 2010.

videreføres til tv-programmet. Som på radio foregår aggresjonen i tv-programmet ”bare på spøk”. I program 5 av *Radioresepsjonen på TV* vises reportasjen ”Ole Kristian Kvarmes skole for prestemord”, som dreier seg om hvordan Oslo-biskopen planlegger å drepe alle kontroversielle prester. Når reportasjen er ferdig reserverer resepsjonistene seg i følgende dialog:

Teksteksempel 27

Tore: Ja, det er jo. For det er jo
Ofte er jo satire veldig drøyt=
Steinar: Ja
Tore: = og her tok vi det jo alt for langt.
Steinar: Ja
Tore: At Kvarme skal drepe andre prester det er utrolig drøyt.
Steinar: Ja, og hvis det er noen som ser på dette her og tenker (ser i kamera)
får lyst til å liksom drepe Einar Gelius, så ikke, ikke gjør det.
Fordi, ja, det. Ikke [gjør det]
Bjarte: [ikkje gjør det]
Steinar: For hvis han dør så får vi skylda.

Gjennom en form for selvjustis kan altså resepsjonistene tillate seg det meste, så lenge de ”arresteres” etterpå. Resepsjonistene har fortsatt frie tøyler, selv om programmet skifter medium. At normsamspillet kunne beholdes var faktisk en av forutsetningene for at resepsjonistene ble med på å flytte programmet fra radio til tv. Bjarte Paul Tjøstheim (intervju 29.04.2011) forklarer at tv-produsentene ønsket manus til tv-programmet, men at resepsjonistene ikke ønsket å være bundet av nedskrevne tekster fordi *Radioresepsjonen på TV* skulle være mest mulig likt det spontane radioprogrammet. I stedet for å gå inn med kamera på bestemte personer etter en rekkefølge som er bestemt av manus, filmer alle kameraene i studio kontinuerlig for deretter å klippe programmet sammen i ettertid. Dermed har resepsjonistene samme mulighet til å prate fritt om hva de måtte ønske i tv-programmet også.

4.3 Format

Beskrivelsen av komposisjonsnormene i *Radioresepsjonen på TV* tar utgangspunkt i formatkomposisjonen i programmet. I det følgende vil komposisjonen beskrives på samme måte som i radioprogrammet, med fokus på formatkomposisjonen for en periode og for et program.

4.3.1 Formatkomposisjon i *Radioresepsjonen på TV* for en periode

Radioresepsjonen på TV består av 14 programmer, hvorav åtte sendes før julen 2011. Denne analysen baserer seg på de fire siste programmene som ble sendt før jul. Fordi radioprogrammet gikk hver dag, var det naturlig å velge én uke som analyseobjekt for å få dekket variasjonene som kanskje kunne forekomme mellom de ulike dagene. Tv-programmet går bare én dag i uka, som gjør at man må bruke programmer fra flere uker for å få en oversikt over formatkomposisjonen i programmet over en periode. For å framstille en oversikt over tv-programmet bruker jeg programledernes betegnelser for de ulike kategoriene.³³ Disse samsvarer i høy grad med NRKs inndeling av programmet i mindre sekvenser som det går an å klikke på i nett-tv.³⁴ Oversikten over en periode i *Radioresepsjonen på TV* kan dermed framstilles på følgende måte:

Program 5	Program 6	Program 7	Program 8
Velkommen	Velkommen	Velkommen	Velkommen
Siste uke	Siste uke	Siste uke	Siste uke
Innslag: Mythbusters	Konkurrans	Innslag: Fotofikling	Innslag: Krigsveteran
Postkasse	Innslag: Spencer	Postkasse	Postkasse
Gameshow	Postkasse	Stavmixer	Stavmixer
Skyt	Gameshow	Skyt	Skyt
	Skyt		

Oversikten viser de ulike tv-programmet følger en relativt fast komposisjonsmal, som kan sammenlignes med formatkomposisjonen i radioprogrammet. Om man går tilbake og ser på formatkomposisjonen som gjelder for en uke for radioprogrammet, ser man at komposisjonene minner mye om hverandre, selv om det er flere kategorier i radioprogrammet.³⁵ Et typisk radioprogram består som kjent av *hei, siste 24, innslag, spalter, poster* og *skyt*. Både program 5, 7 og 8 består av nettopp en *hei, siste uke, innslag, spalter, poster* (gameshow eller stavmixer) og *skyt* til slutt.³⁶ I program 6 er det lagt til en konkurranse etter *siste uke*, men ellers er også program 6 bygd opp på akkurat samme måte som de andre. Selv om *Radioresepsjonen på TV* har langt kortere sendetid og sendes i et annet medium enn radioprogrammet, ser det altså ut til at det faste komposisjonsformatet følges, i hvert fall sett fra et overordnet perspektiv uten tidsanslag.

³³ Jeg har ikke fått tilgang til en oversikt som ligner på den som var trykket i *Den relativt store boka om Radioresepsjonen* (Sagen m. fl 2010), som ble presentert i kapittel 3.3.1 og lager derfor en illustrerende oversikt selv.

³⁴ <http://www.nrk.no/nett-tv/prosjekt/1890/>

³⁵ Kapittel 3.3.1.

³⁶ Postkassespalten er dagens spalte i alle tv-programmene.

4.3.2 Formatkomposisjon i *Radioresepsjonen på TV* for et program

Radioresepsjonen på TV er satt sammen på samme måte som *Radioresepsjonen*, med ulike spalter og poster som fungerer som rammer for hva sendingen skal inneholde. Dette gjør programmet gjenkjennelig for seerne, og åpner for improvisasjon hos resepsjonistene. Tv-programmet er ikke manusbasert, og det nærmeste man kommer et manus er kjøreplanen for program 7 som ligger bakerst i oppgaven som vedlegg 5. Kjøreplanen for tv-programmet er helt klart mer detaljert enn i radioprogrammet (jf. kapittel 3.3.1 og vedlegg 3). Den har for eksempel ført opp tidsanslag, tydelig rekkefølge og fordeling av oppgaver, i motsetning til radioprogrammets kjøreplan. Randi Skeie, skriptansvarlig i *Radioresepsjonen på TV*, understreker at det er stor sannsynlighet for at det ferdige resultatet avviker fra kjøreplanen. Det gjør den også, men ikke i like stor grad som den markante forskjellen mellom kjøreplanen og den reelle formatkomposisjon i radioprogrammet. Mens radioprogrammet i liten grad baserte seg på kjøreplanen, er det naturlig at tv-mediet krevet mer planlegging.

For å si noe om hvordan hvert enkelt tv-program samsvarer med kjøreplanen, har jeg gjennomført samme formatanalyse av tv-program 5–8 som av de utvalgte radioprogrammene.³⁷ Vedlegg 3–6 viser hvordan den reelle formatkomposisjonen er mye mer lik kjøreplanen i tv-programmet enn i radioprogrammet. Rekkefølgen av det som faktisk skjer i tv-programmet er nevnt som punkter i kjøreplanen. Bortsett fra at Tore og Steinars fortellinger fra den siste uka er klippet vekk, ser rekkefølgen ut til å samsvare med kjøreplanen. I kjøreplanen nevnes det ikke at postkassespalten inneholder et stand-up nummer, men ellers er kjøreplanen en relativt nøyaktig beskrivelse av rekkefølgen i programmet. At resepsjonistene ikke har manus, vil likevel åpne for improvisasjon.

I hvert tv-program er det postkassespalten som får mest sendetid og som danner kjerneaktiviteten i programmet. *Fun fact, Tips & Triks* og *Godt sagt* som gikk på radio er ikke lenger egne spalter i tv-programmet, men en del av postkassespalten. Gjennom postkassespalten kommer det også forhåndsproduserte innslag som kommentarer til seernes bidrag.³⁸ Som på radio er disse innslagene manusbaserte. I tillegg til postkassespalten består hvert program av *velkommen, siste*

³⁷ Se vedlegg 6.

³⁸ Beskrives nærmere i kapittel 4.6.3.

uke, innslag, dagens post og skyt. Når det gjelder tidsbruk varer hver delsjanger i radioprogrammet kortere enn på radio, som jo er naturlig fordi *Radioresepsjonen på TV* bare har en halvtime til rådighet.

4.4 Semiotiske rom i Radioresepsjonen på TV

I analysen av radioprogrammet ble det foreslått at radiopraten kan kalles utgangspunktet for resten av programmet og at praten kan fungere som en terskel på vei inn i det semiotiske ”huset” *Radioresepsjonen* består av. Videre skiltes det mellom radioprater og jingler, der jinglene ble beskrevet som paratekster. Her kan det være på sin plass å minne om at den semiotiske terskelen må forseres både for å ta del i hele det semiotiske ”huset” *Radioresepsjonen* består av, men også for å ta del i spaltene og innslagene, som kan betraktes som egne semiotiske rom. Teksten har dermed en hovedterskel, mens de ulike delsjangrene også har sine terskler. Men hva må til for å komme inn hovedterskelen til *Radioresepsjonen på TV*, og hvordan forserer man tersklene til de ulike delsjangrene når man først har kommet inn?

Der radioprogrammet bare kan bruke auditive hjelpemidler for å introdusere *Radioresepsjonen* som semiotisk rom, har *Radioresepsjonen på TV* mulighet til å ta i bruk visuelle ressurser for å hjelpe publikum over den semiotiske hovedterskelen. Vignetten er det første tegnet på at vi er i ferd med å tre over en terskel. Den består av både film, tekst og musikk, og det er den samme vignetten hver gang, som tydeliggjør at den presenterer den samme teksten som tidligere. Videre er tv-studioet med på å definere det semiotiske rommet. På samme måte som vignetten er lik hver gang, er det alltid samme studio, og plasseringen av resepsjonistene er lik i hvert program. Som på radio er også det verbale med på å ta oss over den semiotiske terskelen. Måten resepsjonistene prater på og innholdet i det de sier presenterer det semiotiske rommet, og de som kjenner programmet vil gjenkjenne samtaleene som en del av *Radioresepsjonen på TV*. I tillegg er relasjonene mellom resepsjonistene og konvensjoner som følges i programmet med på å fremstille det semiotiske rommet. De som har hørt programmet på radio vet for eksempel at mobbingen av Bjarte ikke er vondt ment og at man må si gjenta ordet ”postkasse” om noen sier det.

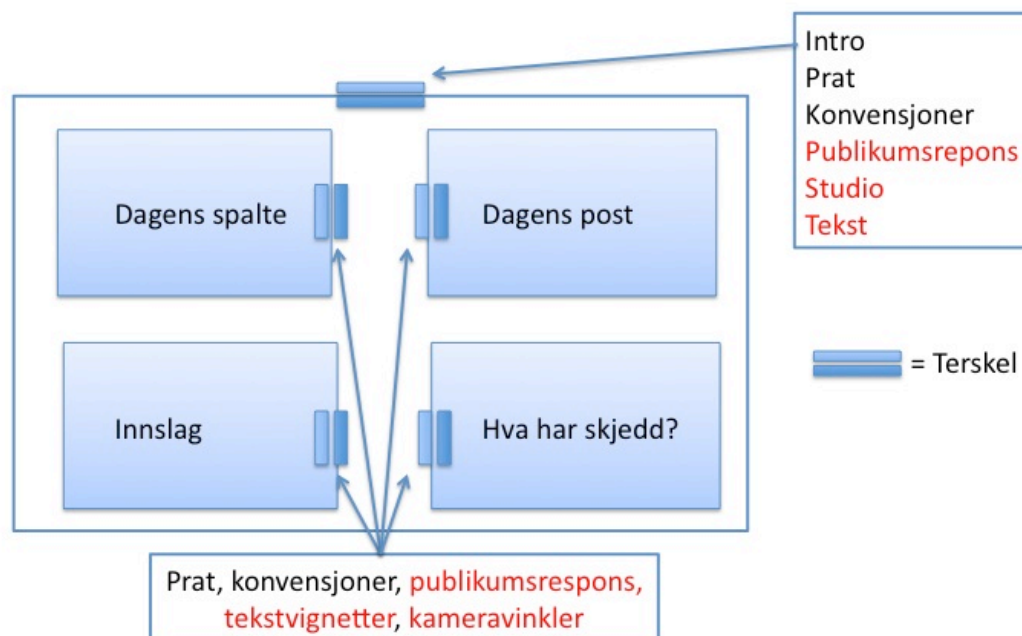
Når vi først har passert hovedterskelen, er det på tide å konsentrere seg om de semiotiske rommene innenfor hovedterskelen. Hver delsjanger representerer egne semiotiske rom, og

Radioresepsjonen på TV bruker blant annet skriftspråk for å introdusere et nytt rom. Jinglene som ble spilt på radio fjernes og erstattes av en kortere vignett. I tekstvignetten er det tekst, musikk og en stemme som introduserer det som kommer, men introduksjonen er langt kortere enn i jinglene på radio. Dermed fungerer tekstvignetten med musikk som paratekster i *Radioresepsjonen på TV*, mens jinglene er paratekster i radioprogrammet. I tillegg kan også kameravinkler bidra til å introdusere delsjangrene i *Radioresepsjonen* som nye semiotiske rom. Når et nytt semiotisk rom skal introduseres, er for eksempel alltid kameraet rettet mot Steinar som ser rett i kameraet.

Mens *Radioresepsjonen* kun har mulighet til å ta i bruk auditive hjelpemidler for å komme seg over terskelen til det semiotiske rommet, kan *Radioresepsjonen på TV* støtte seg til både auditive og visuelle virkemidler. Dermed kan tv-programmet ta i bruk *flere* ressurser for å entre det semiotiske rommet, som trolig gjør det lettere å overstige den semiotiske terskelen i *Radioresepsjonen på TV* enn i *Radioresepsjonen*. På samme tid gjør det at man blir avhengig av at alle ressursene er på plass for at tersklene fungerer. Anne Løvland (2010) forklarer hvordan kombinasjonen av ulike modaliteter fungerer som transparente meningslag over hverandre, slik at ingen lag blir forstått isolert. Om man for eksempel fjerner tekstvignettene i tv-programmet tar man også vekk en del av meningslaget. Dermed bidrar trolig flere ressurser til å gjøre det enklere å overstige terskelen til det semiotiske rommet, men det skaper også et avhengighetsforhold mellom de ulike ressursene.

Illustrasjonen under viser hvordan *Radioresepsjonen på TV* kan beskrives som et semiotisk ”hus” med ulike semiotiske rom. Den er nesten helt lik illustrasjonen av *Radioresepsjonens* semiotiske ”hus”, men vi ser at tv-programmets terskler består av flere elementer enn de som er beskrevet i analysen av radioprogrammet.³⁹ I tillegg til intro, prat og konvensjoner, som også er en del av hovedterskelen i radioprogrammet, består hovedterskelen til tv-programmet også av studioet og tekst. Tersklene til de ulike semiotiske rommene har prat og konvensjoner, som i radioprogrammet, i tillegg til tekstvignetter og kameravinkler som også fungerer som en del av terskelen inn til de semiotiske rommene (delsjangrene):

³⁹ Disse elementene er merket med rød skrift.



Figur 4 : Semiotiske rom i *Radioresepsjonen på TV*

Det kan altså se ut til at det er vanskeligere å forsere terskelen til radioprogrammet enn til tv-programmet, noe som igjen gjør radioprogrammets semiotiske rom mindre tilgjengelig. Men kanskje noe av poenget med radioprogrammet nettopp var å skape et semiotisk rom som ikke alle hadde tilgang til? Charlo Halvorsen (intervju 28.05.2010) forklarer at han er fornøyd om man klarer å videreføre *Radioresepsjonens* uttrykk til tv. Men når *Radioresepsjonens* uttrykk skapes i et lite tilgjengelig semiotisk rom, kan det hende at det vil være vanskelig å skape det samme uttrykket i det semiotiske rommet til *Radioresepsjonen på TV* som er mye lettere å ta del i.

4.5 Radioresepsjonen på TV som sjanger

For de som kjenner til *Radioresepsjonen*, vil trolig *Radioresepsjonen på TV* ha mange av de samme trekkene som radioprogrammet. Tv-programmet kan fortsatt beskrives som en sosial prosess der mennesker samhandler gjennom teksten. Det kjente radiouniverset er gjenkjennelig på tv, og seere bidrar fortsatt med innspill til programmet som blir en del av teksten. Videre følger tv-programmet et relativt fast format som minner mye om radioprogrammets format (jf. kapittel 4.3.1). Slik dannes det prototypiske forestillinger om tekstutformingen som bygger på det som allerede er kjent fra radio. I analysen av radioprogrammet ble *Radioresepsjonen* vurdert som en tradisjon (et underholdningsprogram) som tas i bruk i en situasjon (når det er sending). Når

programmet skifter medium, kan man se hvordan tradisjonen videreføres, men i en ganske endret situasjon fordi mediet endres. Selv om mediet endres er mange av de gjenkjennelige trekkene fra radio fortsatt til stede, for eksempel resepsjonistenes uttrykksmåte, formatets komposisjon og innholdet i programmet. Radioprogrammet kalles et magasinformat som beskrives som en blanding av informasjon og underholdning, med en programleder som viser vei gjennom musikk og innslag (Ytreberg 2002: 21, 23). Bortsett fra musikken ligner beskrivelsen mye på det som forgår i *Radioresepsjonen på TV*, men elementene av tribuneunderholdning gjør at tv-programmet mer nøyaktig kan beskrives som et talkshow (Bruun 1999: 11).

Ledins (1996) sjangerkategorisering gir samme utfordringer for tv-programmet som for radioprogrammet. Om vi ønsker å beskrive tv-programmet som noe mer enn et talkshow, vil det være vanskelig å navngi sjangeren. Det er mulig selvfølgelig mulig å kalle sjangeren for ”Radioresepsjonen”, men det kan innebære at alle radio- og tv-program må betraktes som egne sjangre. En slik sjangertilnærming kan risikere å bli for spesifikk. Igjen velger jeg å forholde meg til Hågvars (2003: 50) prinsipp om at det er de kommunikative handlingene som er mest sentrale når sjangre skal defineres. Da er hva vi kaller sjangeren mindre vesentlig, selv om navnet på tv-programmet kan være et være gjenstand for ettertanke. Tv-programmet heter jo *Radioresepsjonen på TV* framfor *TV-resepsjonen*. I følge Charlo Halvorsen (intervju 28.05.2010) er valget gjort helt bevisst for å vise at det fortsatt er *Radioresepsjonen* som sendes, selv om mediet endres. Slik viser resepsjonistene at de er interesserte i å videreføre universet fra radio og på den måten også overføre sjangeren når mediet skiftes.

4.6 Delsjangre i Radioresepsjonen på TV

På samme måte som i analysen av radioprogrammet, ser jeg på delsjangre som sjangre som alltid er med i programmet. I program 5–8 i tv-programmet finner jeg akkurat de samme delsjangrene som i radioprogrammene i uke 49 i 2009: *Siste uke, innslag, dagens spalte, dagens post og skyt*.

4.6.1 Siste uke

Som på radio består denne spalten av at de tre programlederne forteller hva de har gjort den siste tiden. Men der *Radioresepsjonen* konsentrerte seg om de siste tjuefire timene, snakker *Radioresepsjonen på TV* om den siste uka, i og med at programmet bare sendes hver onsdag på tv. I *Radioresepsjonen på TV* brukes det fra to til seks minutter på *siste 24*, mens denne

delsjangeren alltid var viet fem minutter eller mer på radio. På tv er det altså større variasjon med hensyn til hvor mye tid som brukes til å oppdatere seerne om hva som har skjedd den siste uka. Spalten er fortsatt plassert helt i starten av programmet og det er Steinar som styrer ordet og bestemmer hvem som får starte sin oppsummering. Graden av avbrytelser kan virke lavere enn på tv, og resepsjonistene får i større grad prate uten innspill fra de andre programlederne. Dermed holder *siste uke* på tv seg mer til saken og blir mindre utglidende enn på radio.

På tv tar resepsjonistene i bruk muligheten til å vise fram bilder fra den siste tiden. På den måten blir det visuelle en viktig del av *siste uke*, og praten dreier seg til dels om bildet som blåses opp på en storskjerm i studio. I program 7 viser for eksempel Bjarte fram et bilde av potteplantene sine og forklarer at han har brukt den siste tiden på å sortere dem alfabetisk. Tore tar også i bruk den visuelle muligheten når han forteller at han har kommet på 10. plass i kåringen av Norges morsomste menn i program 8. I begge tilfellene er bildene bare et supplement til det programlederne sier, og illustrasjonen gjør ikke nødvendigvis poenget mer morsomt.

Siste uke kan påstås å bestå av fire ulike faser. Åpningsfasen går ut på at Steinar ønsker velkommen til programmet og forklarer at de skal snakke om hva som har skjedd den siste tida. Deretter går vi rett over i en introduksjonsfase der Steinar avgjør hvem av resepsjonistene som skal få starte sin fortelling. Introduksjonsfasen gjentar seg hver gang det foregår et skifte i hvem som snakker om hva som har skjedd. Etter hver introduksjon kommer informasjonsfasen, som innebærer at en av resepsjonistene forteller om hva som har skjedd den siste tida. Gjennom hele fortellingen er det vanlig at de andre resepsjonistene bidrar med spørsmål og kommentarer underveis. Informasjonsfasen gjentar seg hver gang en av resepsjonistene har taletid, og dermed får vi en kontinuerlig veksling mellom introduksjonsfasen og informasjonsfasene. Til slutt kommer avslutningsfasen der Steinar takker for fortellingene og forteller hva som er neste post på programmet:

1. Åpningsfase: Steinar presenterer spalten
2. Introduksjonsfase: Steinar gir ordet til en av resepsjonistene
3. Fortellingsfase: Resepsjonisten forteller om hva som har skjedd i det siste
4. Avslutningsfase: Steinar avslutter og forteller hva som er neste post på programmet

Sjangerskjemaet for *siste uke* ser dermed identisk ut i radio- og tv-programmet. På samme måte som i radioprogrammet er alle de fire fasene alltid tilstede, og det er fortellingsfasen som er

kjerneaktiviteten i *Radioresepsjonen på TV* også. De tre andre fasene er relativt korte, men like fullt tilstede hver gang vi møter sjangeren.

4.6.2 Innslag

I radioprogrammet ble *innslag* betegnet som forhåndsproduserte tullereportasjer eller telefonsamtaler. I *Radioresepsjonen på TV* faller telefonsamtalene bort, mens tullereportasjene fortsatt er med. Det sendes ett hovedinnslag i løpet av programmet, som alltid er plassert etter *siste uke*. I *Radioresepsjonen på TV* består hovedinnslaget av tullereportasjer, med programlederne som skuespillere. Selv om telefonsamtalene er borte, videreføres mange av karakterene som bare var kjent som radiostemmer, til tullereportasjene på tv-skjermen. Hovedinnslaget fungerer nemlig som møter med kjente karakterer fra radio som beskriver sin hverdag. I noen av innslagene filmes alle tre programlederne som ulike karakterer, mens andre innslag består av at en av programlederne intervjuer karakterene. I program 6 var for eksempel hovedinnslaget et møte med Spencer, Bjartes påståtte sønn fra Stavanger, som også er kjent gjennom telefonsamtaler i radioprogrammet. I *Radioresepsjonen på TV* fungerer innslaget med Spencer som en reportasje der vi blir nærmere kjent med Spencer gjennom både intervjuer og en kommentatorstemme. I tillegg til hovedinnslaget i hvert program, dukker det ofte opp kortere innslag som en del av postkassespalten. Da kommer gjerne innslagene som svar på spørsmål fra seerne som vi ser i det neste teksteksempelet:

Teksteksempel 28

Steinar: Vi har et spørsmål til her som har kommet inn fra Hivert Søyem.
Bjarte: Hei [Hivert@]
Tore: [Hei] Hivert @
Steinar: @ Gode gamle Hivert.
Og Hivert spør: Har dere driti dere ut på julebord noen gang?

Dette spørsmålet fører til et innslag fra resepsjonistenes julebord, der det viser seg at alle tre har vært gjennom uheldige episoder. Dermed fungerer postkassespalten som et slags utgangspunkt for kortere innslag enn hovedinnslaget. Men både hovedinnslaget og de kortere innslagene kan påstås å følge det samme sjangerskjemaet. Det består av fire faser og starter med en åpningsfase der en kommentatorstemme introduserer karakterene med alvorlig stemme. Gjennom hele åpningsfasen spilles det rolig bakgrunnsmusikk og parallellen til dokumentarserier er tydelig. Så følger en intervjufase der karakteren svarer på ulike spørsmål. I noen tilfeller hører man at

kommentatorstemmen stiller spørsmål til karakterene i innslaget, mens kommentatorstemmen er utelatt i andre tilfeller. Videre følger en utdypningsfase hvor kommentatorstemmen forklarer mer om karakterene. Mens kommentatorstemmen forteller, filmes karakterene i sine daglige gjøremål. Utover i innslaget veksles det gjerne mellom intervjufasen og utdypningsfasen, uten at det ser ut til å være noe fast mønster i vekslingene. Vi har dermed flere intervjufaser og flere utdypningsfaser. Avslutningsfasen består i at bakgrunnsmusikken blir stadig mer tydelig gjennom utdypningsfasen.

1. Åpningsfase: Kommentatorstemme som introduserer karakterene
2. Intervjufase: Kommentatorstemmen intervjuer karakterene
3. Utdypningsfase: Kommentatorstemmen informerer nærmere om karakterene mens vi ser bilder av dem i dagligdagse situasjoner
4. Avslutningsfase: Bakgrunnsmusikken blir stadig mer tydelig før reportasjen avsluttes

Som i tullereportasjene på radio, er intervjufasen og utypningsfasen kjerneaktiviteten i innslagene på tv. Alle fasene er alltid tilstede, men åpningsfasen og avslutningsfasen er svært korte i forhold til åpningsfasen og avslutningsfasen. Sjangerskjemaet for innslagene er svært like de alvorlige nyhetsinnslagene og reportasjene i andre seriøse sjangre. Siden innholdet helt tydelig er av det useriøse slaget, er det mulig å se på innslagene som en sjangerparodi i tillegg til å være et morsomt innslag.

4.6.3 Dagens spalte

I *Radioresepsjonen på TV* presenteres bare postkassespalten, noe som gjør at *Tips & Triks*, *Godt sagt* og *Fun facts*, som vi kjenner fra radioprogrammet, ikke lenger eksisterer som egne spalter. Men der postkassespalten på radio kun baserte seg på spørsmål fra leserne, fungerer den samme spalten på radio mer som postkasse man kan sende inn alt mulig til. Dermed kan man allikevel få med seg tips, triks, gode ordtak og morsomme fakta, men de pakkes altså inn som en del av postkassespalten:

Teksteksempel 29

Steinar: Eh, jeg tar et tips her som jeg har fått inn fra en, en lytter som heter, eh (..)
Bjarte: Finner du bare på noe nå?
Steinar: Nei, jeg bare prøver å finne navnet.
Tore: Si ett navn da!

Dagens spalte kan påstås å bestå av tre ulike faser. Vignetten som spilles i forkant av dagens spalte kan vurderes som en del av åpningsfasen. Det er også Steinars presentasjon av spalten. Så følger en utdypningsfase der ulike lytterbidrag blir lest opp og kommentert av resepsjonistene. Hver resepsjonist har ansvar for å presentere bidrag, men alle tre deltar i diskusjonen av bidraget. I utdypningsfasen hender det ofte at diskusjonen skli ut. Selv om hovedpoenget med utdypningsfasen er å kommentere bidragene, kan ikke småprat om andre ting betraktes som brudd på sjangeren. Den siste fasen beskrives som en avslutningsfase der Steinar runder av spalten mens han ser i kamera for å markere et skifte. Kort oppsummert kan vi presentere følgende sjangerskjema:

1. Åpningsfase: Vignett, Steinar presenterer spalten, gir ordet til en av resepsjonistene
2. Lytterbidragsfase: Ulike lytterbidrag vurderes av resepsjonistene
3. Avslutningsfase: Steinar avslutter og "lukker" spalten

Igjen er alle tre fasene tilstede hver gang, og det er den midterste fasen som er kjerneaktiviteten i sjangeren. *Dagens spalte* på tv er dermed bygd opp på akkurat samme måte som det dagens spalte er på radio.

4.6.4 Dagens post

I program 5–8 har *dagens post* i *Radioresepsjonen på TV* vært *gameshow* og *stavmixer*, der sistnevnte også er kjent fra radioprogrammet. *Gameshow* dreier seg om at Tore Sagen fungerer som programleder i et gameshow der en vinner skal kåres. I program 5 skal Gry, som er en blind gjest i studio, kåre programmets mest sexy fjes ved å kjenne på ansiktene til resepsjonistene. I program 6 er Seigo Sato deltaker i gameshowet, der hans oppgave er å gjette hvorvidt en dame i rullestol faktisk kan gå eller om hun må bruke rullestolen for å komme seg fram. *Stavmixer* er en post som er kjent fra radioprogrammet og den fungerer på samme måte i tv-programmet: En av resepsjonistene lager en matblanding av tre ingrediens, mens de to andre må gjette hva den inneholder ved å smake på blandingen. I program 7 hjelper Seigo Satu Steinar med å lage blandingen, mens Tore blander blandingen alene i program 8. På samme måte som på radio blir den som taper konkurransen skutt med softgun. *Dagens post* kan påstås å bestå av fem ulike faser. Først presenterer Steinar spalten og forklarer seerne hva som skal skje. Neste fase er at den som har ansvar for dagens post introduserer gameshowet eller stavmixeren. Framføringsfasen er selve kjernen i *dagens post*, og det er her selve gameshowet eller stavmixeren blir presentert. Til slutt skal det kåres en vinner i evalueringsfasen:

1. Åpningsfase: Steinar presenterer spalten, forklarer hva som skal skje
2. Introduksjonsfase: Resepsjonisten som skal presentere introduserer gameshowet eller stavmixblandingen
3. Framføringsfase: Framføring av gameshow eller smaking på stavmixblandingen
4. Evalueringsfase: Det blir kåret en vinner

Dagens post i *Radioresepsjonen på TV* ser ut til å følge sjangerskjemaet til radioprogrammet, ved å ta i bruk de samme fire fasene som på radio. Også i tv-programmet kan framføringsfasen vurderes som kjerneaktiviteten, men evalueringsfasen er også viktig fordi det har noe å si for hvem som skal skytes med softgun mot slutten av programmet.

4.6.5 Skyt

I de første episodene av *Radioresepsjonen på TV* var ikke skytesekvensen med softgun med i tv-programmet. Men etter flere henvendelser fra seerne bestemte resepsjonistene seg for å gjeninnføre *skyt* i program 2. Det er enten taperen av en eventuell konkurranse eller publikum i studio som bestemmer hvem som blir skutt, og den som blir skutt protesterer like mye mot det som på radio.

Teksteksempel 30

Steinar: (dytter Bjarte ut av bildet) Okey, publikum,
vårt representative utvalg av den norske befolkning.
Dere stemmer, hvem skal skytes? Stem nå (ser i kamera).
((kamera filmer publikum, deretter avstemnings skjermen, 49 % vil at Tore skal skytes))
Steinar: [Joho]
Bjarte: [Jiihii]
((applaus fra publikum i studio))
Steinar: @ Tore skal skytes!
Tore: Ahh (dytter Steinar og Bjarte vekk fra scenen, løper etter dem)
ØØØh! (hytter neven mot publikum)
Hvorfor? Hva har jeg gjort? (roper)

Skyt kan påstås å bestå av fire ulike faser. Først avgjøres det hvem som skal skytes ved hjelp av en publikumsavstemning eller ved en påminnelse om hvem som har tapt konkurransen. Deretter uttrykker den som skal skytes at han absolutt ikke ønsker å bli skutt og at han gruer seg til det som skal skje. Så blir skuddene avfyrt og Steinar avslutter programmet. Avslutningsfasen foregår ved at Steinar takker for at seerne har fulgt programmet og deretter introduserer programmet som følger etter *Radioresepsjonen på TV* (jf. vertikal kategorilegging som beskrevet i kapittel 3.3). Steinar står konsekvent mellom Bjarte og Tore når han avslutter programmet, og den som er skutt

med softgun viser alltid at han har det vondt i avslutningsfasen, for eksempel ved å gni seg på det stedet han er skutt. *Skyt* kan dermed påstås å bestå av følgende fire faser:

1. Evalueringsfase: Det avgjøres hvem som skal skytes ved hjelp av sjokkmaskin eller bare ved en påminnelse om hvem som tapte konkurransen
2. Klagefase: Den som skal skytes protesterer og gruer seg
3. Skytefase: Én av resepsjonistene blir skutt
4. Avslutningsfase: Steinar avslutter, presenterer neste program, den som blir skutt viser smerter

Vi ser enda ett eksempel på at sjangerskjemaet fra radioprogrammet gjentar seg. Som i radioprogrammet er selve skytefasen kjerneaktiviteten i sjangeren, mens resten av fasene fungerer som litt kortere faser. Likevel er alle fasene alltid tilstede, og kan dermed betraktes som obligatoriske faser.

4.7 Mellompersonlige registerakser

For å danne et bilde av stilnormene i *Radioresepsjonen på TV*, vil de samme registeraksene som ble brukt i analysen av radioprogrammet tas i bruk i analysen av tv-programmet. På den måten er det mulig å sammenligne registrene i *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*.

Mellompersonlige registerakser dreier seg om registerets sosiale preg og forklarer hvordan språket brukes til å skape kontakt (Hellspong og Ledin 2004: 205–206).

4.7.1 Dialogisk – monologisk

Den dialogisk – monologiske registeraksen sier noe om hvorvidt det er én eller flere som tildeles en ”rolle” i teksten. I radioprogrammet kunne vi registrere et dialogisk register, både i form av samtaler mellom resepsjonistene, men også mellom resepsjonistene og de som sender inn bidrag til programmet. Tv-programmet har også dialog mellom resepsjonistene og mellom resepsjonistene og de som sender inn bidrag. Men i tillegg til disse dialogene inneholder tv-programmet også en tredje dialog mellom resepsjonistene og publikum i studio. Dermed er det mulig å hevde at tv-programmets register er enda mer dialogisk enn radioprogrammets, i hvert fall om man kun vurderer det ut fra hvor mange som tildeles en rolle i teksten. I utdraget under ser vi hvordan publikum får en direkte henvendelse i gameshowet ”gå eller rulle” hvor Seigo Sato skal gjette hvorvidt Toril, som sitter i elektrisk rullestol, kan gå eller om hun faktisk må sitte i rullestol:

Teksteksempel 31

Tore: = tror du Toril kan gå eller tror du hun må rulle?
Seigo: (.) Jeg vil spørre publikum
Tore: Du vil spørre [publikum]=
Seigo: [ja]
Tore: = og bruke ditt første hjelpemiddel.
Ja, da skal vi spørre vårt representative utvalg her i publikum.
De kan trykke på sine mentometerknapper.
Kan Toril gå eller må hun rulle? Trykk nu (ser i kamera).

Publikum får dermed si sin mening i gameshowet, og tildeles slik en rolle i *Radioresepsjonen på TV*. Bruken av mentometerknappene fungerer som en registermarkør på det dialogiske registeret, og publikums klapping og latter kan også bidra til at registeret vurderes som dialogisk. Ved hjelp av klapping og latter viser publikum at de forstår og følger med, noe som fører til at responsen kan vurderes som tilbakemeldingssignaler til resepsjonistene om at de kan fortsette med det de holder på med (Svennevig 2009: 84). Gjennom henvendelser til modellmottakeren skapes en modellsender som ønsker dialog. I tillegg ønsker fortsatt modellsenderen aktive mottakere, og for å svare på henvendelsene bør modellmottakerne ta del i teksten. Denne modellmottakeren deler kanskje først og fremst egenskaper med det empiriske publikummet i studio, men også med dem som sender inn bidrag til programmet.

4.7.2 Uformell – formell

For å skille mellom et uformelt og formelt register kan man ta utgangspunkt i scenen for språkbruken. I analysen av radioprogrammet ble registeret beskrevet som uformelt, med registermarkører som dialektbruk og gruppesjargong, selv om programmet er en del av en formell institusjon som NRK. Både radioprogrammet og tv-programmet har den samme scenen for språkbruk og begge programmene er dermed preget av å være del av NRK. Den grunnleggende formalitetsgraden er altså den samme, men fører det nødvendigvis til at de samme rammene gjelder for både radio- og tv-mediet?

En antakelse kan være at terskelen for hva som er greit er høyere på tv, blant annet fordi det er mange flere tv-seere som kan støtes av innholdet på skjermen. Denne antakelsen får på sett og vis støtte av at NRK nett-tv har satt aldersgrense 11 år på *Radioresepsjonen på TV*, mens podkastene fra radioprogrammet ikke har noen uttalt aldersgrense. På en annen side er det på ingen måte fritt spillerom i radiomediet, noe blant annet P3-profil Mina Hadjian fikk erfare da hun fikk sparken i

forbindelse med en utskjelling av NRK P3 under en direktesending (Dagbladet 2007). I følge Bjarte Paul Tjøstheim (intervju 29.04.1011) føler ikke resepsjonistene selv at tv-mediet er strengere enn radiomediet med hensyn til hva resepsjonistene kan si og ikke si. Likevel påpeker han at grove uttalelser virker mye sterkere på tv enn på radio og at tv-mediet på den måten kan begrense resepsjonistene mer enn på radio. Uansett hvordan man vurderer formalitetsgraden på radio og tv, er i hvert fall resepsjonistene oppmerksomme på at de har skiftet scene for språkbruken fra radio til tv:

Teksteksempel 32

Bjarte: Nappe seg i løken og litt sånn.
Tore: Ikke begynn på det (ser på Bjarte)
Steinar: Bjarte, du=
Bjarte: Unnskyld
Steinar: Nå husker du at du er 43 år=
Bjarte: Ja
Steinar: = du trenger ikke å si nappe seg i løken på TV
Bjarte: @
((latter fra publikum i studio))
Bjarte: Et øyeblikk så glømt eg faktisk at eg var på TV. Eg beklager (ser i kamera)

Her forteller Steinar og Tore at Bjarte går over streken for hva som er akseptabelt på tv, og Bjarte unnskylder seg med at han glemte at han var på tv. Trolig ville Tore og Steinar reagert på samme måte under radiosending fordi det samsvarer med den interne nedgraderingen av Bjarte, men tv-mediet nevnes likevel som en årsak til at han ikke kan snakke som han gjør. Selv om Tore og Steinar påpeker at Bjarte ikke kan snakke på den måten han gjør fordi de er på tv, er det trolig ment som et humoristisk virkemiddel. Det er dermed mulig å hevde at registeret fortsatt er uformelt i *Radioresepsjonen på TV*, men kanskje i noe mindre grad enn på radio. Utdraget over viser for eksempel hvordan Bjartes dialektale variasjon ivaretas, og at resepsjonistene fortsatt tar i bruk slang og gruppesjargong. ”Nappe seg i løken” er et slanguttrykk som ikke kunne blitt brukt i en mer formell sammenheng, selv om det hadde kommet en irettesettelse i ettertid som det gjør i dette tilfellet. Hyppig bruk av pronomenet ”du” og dobbelt bestemthet i ”det tredje ordet” er også registermarkører for et uformelt register. Dermed kan det identifiseres en folkelig modellsender som bruker formuleringer som bare noen kjenner til. Interne ytringer skaper en modellmottaker som kjenner *Radioresepsjonen på TV*s konvensjoner og modellsenderens univers.

4.7.3 Subjektiv – objektiv

Den subjektiv – objektive registeraksen sier noe om hvor tydelig ens egen holdning kommer til uttrykk i ytringen. Ved hjelp av registermarkører som terningkast og slang, ble registeret i radioprogrammets vurdert som subjektivt. I utdraget under vil vi se hvordan det subjektive registeret fra radioprogrammet gjør seg gjeldene i tv-programmet også:

Teksteksempel 33

Steinar: = som skaper dette litt interessante stoffet som samler seg innerst inne i navelen
Og dette her er jo selvfølgelig til dere som har en sånn såkalt utovernavle,
sånn liten sånn (rynker på nesa) tapp som stikker ut=
Tore: Æsj!
Steinar: = dere får bare unnskyld oss, men=
((latter fra publikum i studio))
= Ja, det er faktisk ganske ekkelt

I utdraget uttrykker resepsjonistene sin klare mening om utovernavler, som gir en indikator på at vi befinner oss i den subjektive enden av registeraksen. I tv-programmene er terningkastene og resepsjonistenes vurdering av hverandres kunstverk fra *dagens post* borte. Kunstverkene blir likevel vurdert, men på tv er det publikum i studio som får lov til å gi en vurdering av hvilket kunstverk som er best ved hjelp av mentometerknapper. Det subjektive registeret kan peke mot en alminnelig modellsender som henvender seg til en mottaker som er del av den samme gruppen. Et subjektivt register kan også styrke følelsen av en kameratslig modellsender og åpner for at deltakerne i kommunikasjonssituasjonen føler gruppetilhørighet. Ved å ta i bruk et subjektivt register skapes det en modellmottaker som kjenner til *Radioresepsjonens* konvensjoner som er del av *Radioresepsjonens* univers.

4.7.4 Personlig – upersonlig

Registeraksen som går fra det personlige til det upersonlige, sier noe om hvor sterkt individet framtrer i teksten. I analysen av radioprogrammet så vi hvordan en inkluderende stil og at resepsjonistene deler intim informasjon om seg selv bidro til et personlig register. Vi ser den samme tendensen i tv-programmet:

Teksteksempel 34

Steinar: Bjartemann, du er jo også (.)
Du er en frossenpinn.
Bjarte: Ja=
Steinar: Ja.
Bjarte: = eg er det.
Steinar: Har du noe å [fortelle fra siste uke]?
Bjarte: [Eg har noe å fortelle] fra mitt liv=
Steinar: Ja
Bjarte: = for det at et av høydepunktene i denne uken her
er at eg har snakket med min mor på telefonen.
Steinar: Jøss.
Bjarte: Og det, eg gjør jo det en gang i [uken]

Også i tv-programmet bruker programlederne den første delen av programmet til å inkludere lytterne i sine liv og personlige erfaringer fra den siste tiden. Den eneste forskjellen er at radioprogrammet oppsummerer de siste tjuefire timene, mens tv-programmet oppsummer den siste uka fordi det bare har sending hver onsdag. Utdraget under viser hvordan direkte henvendelser til seerne og å hilse spesielt på alle som får sitt bidrag lest opp i programmet fortsatt fungerer som registermarkører for det personlige registeret. Steinars henvendelse til seerne forsterkes av at han ser rett i kamera når han oppfordrer til å sende inn e-post:

Teksteksempel 35

Steinar: (ser i kamera) Ja, da var vi der altså.
Midt oppi den mest populære spalten i manns minne.
Og vi har fått inn masse gode henvendelser på nrk no skråstrek rr.
Eh, og fortsett gjerne å send inn e-post og sms-er.
Eh, Tore, kanskje du har lyst å begynne?
Tore: Ja, jeg vil gjerne begynne med et spørsmål som er sendt inn fra en som kaller seg for Knuten.
Bjarte: Hei Knuten
Steinar: Hei Knuten

I *Radioresepsjonen på TV* kan det dermed observeres et personlig register hos programlederne som deler informasjon om seg selv, men også ved at publikum inkluderes som en del av sendingen. Ved å plassere seg i den personlige enden av registeraksen, skapes en modellsender som henvender seg på en intim måte til mottakerne. Men de personlige henvendelsene er færre enn på radio, som kan gi inntrykk av en modellsender som ikke er like ”nær” som den på radio.

4.7.5 Engasjert – distansert

Et engasjert register kjennetegnes av innlevelse og kraft, mens et distansert register er mer nøytralt i sin framstilling. Basert på registermarkører som latter og roping ble radioprogrammet vurdert som del av den engasjerte siden av registeraksen. Analysen av tv-programmet vil vise at den samme tendensen finnes i *Radioresepsjonen på TV*.

Teksteksempel 36

Tore: Og JEG var nummer ti på den listen.
Se på den listen, [vi har et bilde av det]
Bjarte: [Nei, er det sant?]
((utklipp fra VG med liste over Norges ti morsomste dukker opp på en stor skjerm i studio))
Tore: Ja, det er ikke kødd!
Steinar: Oi, det er litt.
Det er applaus!
((applaus fra publikum i studio))

I utdraget ser vi hvordan Tore kan fortelle at han har blitt kåret til Norges tiende morsomste mann. Han virker tydelig glad og stolt over å ha fått plass på listen og de andre resepsjonistene uttrykker glede og overraskelse over kåringen. At Steinar oppfordrer publikum til å klappe kan også fungere som en registermarkør på et engasjert register. Ved å ta i bruk et engasjert register skapes det en modellsender som tydelig er komfortabel i situasjonen og ønsker innspill til programmet. For å besvare modellsenderens intensjon, må modellmottakeren komme med bidrag til teksten som kan engasjere modellsenderen. En annen henvendelse til modellmottakeren i teksteksempel 36 er kravet om applaus i teksten. Slik skapes en stemningsskapende modellmottaker som tar del i teksten på en forbilledlig måte.

4.8 Tekstuelle registerakser

Tekstuelle registerakser beskriver ordvalg og tekstens oppbygging, og kan sammenlignes med situasjonskontekstens *mediering* (Hellspong og Ledin 2004).

4.8.1 Nominal – verbal

Registeraksen som går fra det nominale til det verbale sier noe om informasjonstettheten i en tekst. Ved hjelp av registermarkører som for eksempel utstrakt bruk av informasjonstunge verb, pronomer og korte nominalfraser vurderte jeg at radioprogrammet hadde et verbalt register. Analysen av tv-programmet viser den samme tendensen i *Radioresepsjonen på TV*. Utdraget

under viser et eksempel på hvordan resepsjonistene bruker helt korte setninger og stykker opp informasjonen i biter. Bjarte velger å stykke opp ytringen sin, og legger til at han har lest boken først etter at Steinar har kommentert at de ikke har sett filmen. I tillegg finner vi mange verb (sett, lest, er) og pronomener (dere, jeg, du), til tross for at utdraget er veldig kort.

Teksteksempel 37

Steinar: Ja, har dere sett Nokas-filmen?
Bjarte: Nei.
Tore: Nei.
Bjarte: Men jeg har lest boken.
Steinar: Du har lest boken, ja.
Bjarte: Mm
Steinar: Og du er jo også fra Stavanger [så]=
Bjarte: [Ja]
Steinar: = du er litt sånn

Det verbale register er med på å peke mot en folkelig modellsender som bruker korte setninger. Gjennom et lett og hverdagslig språk skapes det en modellmottaker som kommer med tilsvarende som: ”Akkurat. Jeg skjønner hva du mener.” Slik inviteres flere inn i teksten, som skaper en modellsenderen som ønsker å inkludere flere i resonnementene.

4.8.2 Tung – lett

Den tung – lette registeraksen dreier seg om hvor langt og innviklet innholdet er. Korte setninger og nærmere forklaringer for å forenkle innholdet er registermarkører som gjør det mulig å beskrive radioprogrammet som lett. At resepsjonistene selv kaller både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* for ”lettbeint underholdning” styrker antakelsen om et lett register i begge utgavene av programmet. I utdraget under skal vi se hvordan utdraget fra diskusjonen om hvorvidt resepsjonistene fortjener en plass på *Elles* liste over Norges 33 mest sexy menn er preget av korte setninger og gjentakelser:

Teksteksempel 38

Steinar: Jeg kunne jo vertfall vært,
eller altså vært på plass trettito eller altså
Bjarte: Ja
Steinar: Synes [jeg]
Tore: [I hvert] fall kanskje vært bobler, ligget rett under
Steinar: Ja.
Bjarte: Eg bobler på trettifjerde plass, tror eg

mindre formelt og litt mindre personlig enn tv-programmet. At tv-programmet har flere deltakere med i dialogen, kan peke mot et mer dialogisk register. Men flere deltakere i dialogen fører naturlig nok til mindre dialog med den enkelte.

4.10 Modellsender

4.10.1 Den perifere kameraten

I radioprogrammet identifiserte vi Den nære kameraten som modellsender. Registeranalysen gir indikasjoner om at vi kan finne den samme joviale og hverdagslige kompisen som i radioprogrammet gjennom det subjektive, engasjerte, verbale, lette og pratsomme registeret. Men der radioprogrammets kameratslige modellsender brukte det dialogiske registeret til å ta kontakt med modellmottakerne, tar ikke den kameratslige modellsenderen kontakt med mottakerne i like stor grad når *Radioresepsjonen* skifter medium. Modellsenderen i tv-programmet ser ut til å prioritere dialogen med modellmottakerne som tar aktivt del i teksten og henvender seg ikke i like stor grad til de andre modellmottakerne. Dette kan føre til en modellsender som betraktes som mindre ”fortrolig” enn Den nære kameraten. I *Radioresepsjonen på TV* er det kortere tid til siste uke enn på radio. Dermed kan det personlige registeret vurderes som mindre personlig fordi modellmottakeren har kortere tid til å innvie modellsenderne i sine liv i starten av *Radioresepsjonen på TV*. At det er en uke mellom hver gang tv-programmet sendes, kan også være med på å gjøre forholdet mellom modellsender og modellmottaker mer perifert. Språkbruken kan til dels virke mer formell på tv, som også kan peke mot en mindre ”nær” modellsender enn på radio. Basert på registeranalysen kan modellsenderen i *Radioresepsjonen på TV* presenteres som Den perifere kameraten. ”Jo” påpeker hvordan Den perifere kameraten deler egenskaper med resepsjonistene i *Radioresepsjonen på TV*:

Jo, 12 Desember, 2010 19:59

[...] Den dynamikken dere får til på radio mangler. Dere er ikke varme. Dere er ikke kompisene mine lenger. Dere må tørre å lage internhumor mellom oss seere og dere. [...]

Basert på tekstlige signaler er det grunn til å hevde at Den nære kameraten fra radioprogrammet har blitt til Den perifere kameraten i tv-programmet. Det er fortsatt en kameratslig tone fra modellsenderen i *Radioresepsjonen på TV*, men altså i noe mindre grad enn i radioprogrammet. I det neste avsnittet vil det vurderes hvorvidt det har konsekvenser for modellmottakerne.

4.11 Modellmottaker

4.11.1 Den fjerde radioresepsjonisten

Den fjerde radioresepsjonisten som modellmottaker ser ut til å videreføres til tv-programmet gjennom det dialogiske, personlige og engasjerte registeret. Det dialogiske registeret legger fortsatt opp til en aktiv modellmottaker, selv om henvendelsene til Den fjerde resepsjonisten ser ut til å være færre enn i radioprogrammet. Det personlige registeret viser også hvordan det oppmuntres til en aktiv modellmottaker gjennom inkluderende tilrop og personlige henvendelser. I tillegg til aspekter ved registeret legger også programmets format opp til en modellmottaker som er med på å skape programmet. Postkassespalten er for eksempel helt avhengig av at aktive modellmottakere bidrar for å holde liv i spalten. At modellsenderen blir en mer ”perifer kamerat”, trenger dermed ikke å ha noe å si for Den fjerde radioresepsjonisten. Denne modellmottakeren oppmuntres fortsatt til å ta aktivt del i programmet, og svarer best på modellsenderens henvendelser ved å bidra med innspill til programmet. Til slutt kan det trekkes paralleller mellom Den fjerde radioresepsjonisten og de empiriske lytterne som bidrar i programmet, men også til publikum i studio som er med på avstemninger og med ”postkasse”-tilrop gjennom programmet. Som i radioprogrammet må tv-seerne også følge en rekke konvensjoner om de ønsker å få sitt bidrag lest opp under sending.

4.11.2 Den innviede

Den innviede modellmottakeren er også tilstede i både radio og tv-programmet. Som i radioprogrammet er Den innviede med i gjengen som forstår humoren i programmet, men som ikke bidrar aktivt med innspill til teksten. Det uformelle og subjektive registeret presenterer gruppesjargong og uttrykk som krever at man kjenner *Radioresepsjonen på TV* for å forstå budskapet. I tillegg bidrar det personlige registeret med komplimenter til modellmottakeren som følger programmet. Gruppefølelsen som ble antydnet i analysen av radioprogrammet, dyrkes altså i tv-programmet også. Visstnok er det uformelle og personlige registeret i tv-programmet noe mindre tydelige enn i radioprogrammet, men de brukes fortsatt som folkelige henvendelser til en som kjenner programmet. Som i radioprogrammet er fortsatt Den innviede er en tekstlig størrelse, men kan påstås å dele egenskaper med de empiriske lytterne som nyter programmet som passive seere uten å bidra med innspill til programmet.

4.11.3 Den tilfeldige

I tillegg til Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede modellmottakeren, inkluderes det to nye modellmottakere i tv-programmet: Den tilfeldige og Den tilretteleggende. Den tilfeldige kan beskrives som en mottaker som bruker teksten som spontant tidsfordriv. Det verbale og lette registeret kan være med på å peke mot Den tilfeldige modellmottakeren gjennom enkel språkoppbygging som kan inkludere hvem som helst. Men Den tilfeldige modellmottakeren inkluderes også gjennom presentasjonen av tv-programmet som ligger ute på NRKs nett-tv:

Tore Sagen, Bjarte Tjøstheim og Steinar Sagens lettbeinte underholdningsprogram med sketsjer, diskusjon, debatt og en og annen gjest. Hvorfor skal du se på Radioresepsjonen på tv, spør du. Tja, hvorfor ser man egentlig på tv? For å få tiden til å gå.

Presentasjonen fokuserer på at tv-programmet fungerer som tidsfordriv, og tydeliggjør på den måten at hvem som helst kan se programmet. At noen av radioprogrammets konvensjoner forsvinner i overgangen fra radio til tv, kan også styrke antakelsen om at tv-programmet inkluderer Den tilfeldige modellmottakeren. I tillegg introduseres karakterene som er kjent fra radio i større grad enn tidligere, som gjør at reportasjene ikke gir ny informasjon til dem som kjenner programmet fra før. I den forbindelse er det mulig å se for seg at Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede tar avstand fra Den tilfeldige modellmottakeren. Modellmottakeren er som nevnt flere ganger tidligere en tekstlig størrelse som kan dele egenskaper med empiriske mottakere og i det følgende eksempel fra *Radioresepsjonens* hjemmesider (NRK 2010e) kan det tolkes som om "Lespen Ind" deler egenskaper med Den fjerde radioresepsjonisten og kritiserer *Radioresepsjonen på TV* for å inkludere Den tilfeldige modellmottakeren:

Lespen Ind, 10 November, 2010 22:37

[...] IDIOOOOOOOTER! Hvorfor tror dere vi lyttere gidder å bruke massive mengder tid på å finne opp morsomme å kreative navn som vi bruker når vi sender inn ting til programmet? Hvorfor tror dere vi gidder å følge med på navnetrendene som går, lager navn som harmoniserer med at dere hilser på lytterne før spørsmålet kommer? 1/3 av det som gjør postkassen morsomt er jo navet til den som har sendt det inn! Hvordan har det seg at i alle tre sendingene har de spørsmålene som har blitt lest opp, vært fra kjedelige fyrer som "Torkil", "Espen", "Roger" og jeg vet ikke hva? Plukk spørsmål det er lagt tid og krefter bak!

Radioprogrammet baserer seg i stor grad på spørsmål fra fiffige alterego, som identifiserer seg med Den fjerde radioresepsjonisten. På tv ser det ut til at innsenderne ikke følger opp trenden fra

radio med å bruke tid på å lage et morsomt navn når man sender inn bidrag. De ”kjedelige fyrene” deler egenskaper med Den tilfeldige, som i liten grad er klar over hvordan alterego skal utformes for å følge konvensjonene i programmet. At de faktisk deltar, kan på en annen side forklares som at de deler egenskaper med Den fjerde resepsjonisten, selv om Den fjerde resepsjonisten trolig ville fulgt konvensjonene om alterego i større grad.

4.11.4 Den tilretteleggende

Gjennom et mer dialogisk register legger *Radioresepsjonen på TV* opp til en modellsender som søker tilbakemeldinger på en tydeligere måte enn i radioprogrammet. Det kan virke som om det legges opp til en modellmottaker som illustrerer en slags ”forbilledlig deltakelse” i programmet. Et eksempel er når modellsenderen henvender seg til en modellmottaker for en vurdering av hvem som skal skytes mot slutten av programmet. I tillegg legger modellsenderen inn en kort pause etter morsomme ytringer, som åpner for at modellmottakeren kan gi respons på teksten. Slik kan den nye modellmottakeren fungere som en mal for andre som skal oppleve teksten og gi indikasjoner til empiriske seere om hvordan man kan ta del i teksten. Denne presenteres som Den tilretteleggende og deler egenskaper med det empiriske publikummet i studio. Dette publikummet er trolig fans som har et inderlig ønske om å ta del i programmet. Billettene til tv-programmet koster penger og disse billettene ble utsolgt i løpet av få timer. At det er tilhengere som er publikum i studio bekreftes langt på vei av ”kjøttbein” som ikke har fått tak i billett (NRK 2010c):

kjøttbein, 3 September, 2010 19:39

UTSOLGT !!!!! eg dør! var på vei til å bestille meg fly fra trheim bare for å se dere! så seff utsolgt

Filming av publikum være med på å definere hvem som ser på, som igjen kan være avgjørende for opplevelsen av programmet (Kjus 2006: 267). I vårt tilfelle bidrar trolig publikum i studio som en slags ”idealdeltaker” om de identifiserer seg med Den tilretteleggende modellsenderen. I radioprogrammet finnes det ikke en modellmottaker som viser hvordan programmet skal forstås i samme grad som på tv. Det kan føre til at lytterne i større grad må etablere sin egen forståelse av radioprogrammet, som igjen kan igjen tyde på at *Radioresepsjonen* er vanskeligere tilgjengelig enn *Radioresepsjonen på TV*. At radioprogrammet er vanskeligere tilgjengelig enn tv-programmet har også betydning for kommunikasjonskontrakten i de ulike programmene.

4.12 En ”inkluderende” kommunikasjonskontrakt

Mens kommunikasjonskontrakten i radioprogrammet blir betraktet som relativt ”eksklusiv” med en kameratslig modellsender og en ”smal” gruppe modellmottakere, er det ting som tyder på at kommunikasjonskontrakten i radioprogrammet er mer åpen for folk flest. Modellsenderen endrer seg fra Den nære kameraten til Den perifere kameraten. Den vennskapelige tonen fra radioprogrammet er altså noe mindre synlig enn i tv-programmet. I tillegg inkluderes en modellmottaker som ikke er avhengig av den samme bakgrunnskunnskapen som Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede. Modellsenderen i tv-programmet henvender seg dermed til de som ikke kjenner til radioprogrammet fra før, i tillegg til modellmottakerne som kjenner radioprogrammet.

Selv om kommunikasjonskontrakten først og fremst dannes av modellsender og modellmottakere, kan som nevnt mediet også ha påvirkning for den implisitte kontrakten mellom deltakerne. Tv-mediet har allerede blitt beskrevet som et medium som krever mindre oppmerksomhet enn radiomediet. Det kan også bidra til at flere setter seg inn i tekstene på tv. I tillegg er det flere som ser på tv enn radio. Slik er det også i *Radioresepsjonens* tilfelle og denne økningen i antall publikum som får med seg tv-programmet kan være med på å gjøre sammensetningen av seernes tolkningsfellesskap mindre eksklusivt.⁴⁰ At det semiotiske rommet er lettere tilgjengelig enn i radioprogrammet, sier også noe om at det er lettere å få en forståelse av teksten, som igjen kan indikere en mer åpen kommunikasjonskontrakt. Vurderingen av både modellsender og modellmottaker som mer åpne grupper, indikerer at det kan være rom for å hevde at kommunikasjonskontrakten i *Radioresepsjonen på TV* virker mer ”inkluderende” enn i *Radioresepsjonen*.

4.13 Kapittelet i korte trekk

I dette kapittelet har jeg forsøkt å analysere *Radioresepsjonen på TV* ved hjelp av de samme verktøyene som ble brukt i analysen av radioprogrammet. Vi har sett at *Radioresepsjonen på TV* er et program som forsøker å underholde sine lyttere, og at programlederne er de samme som i *Radioresepsjonen*. Tv-programmet sendes på NRK3, varer i en halv time, går én gang i uka og

⁴⁰ 219 000 så det første tv-programmet, mens gjennomsnittstallene for radioprogrammet lå på 120 000 lyttere (E24).

består av prat, spalter og forhåndsproduserte innslag. Registeret kan beskrives som konkret, vagt, dialogisk, uformelt, subjektivt, personlig, engasjert, verbalt, lett og pratsomt, som samsvarer med registeret i radioprogrammet. *Radioresepsjonen på TV*'s tekst- og normsamspill ser ut til å bygge på de samme frie tøylene som kan gjenkjennes fra radioprogrammet. Formatet i tv-programmet er strengt regulert og alle programmene er bygd opp på samme måte som i radioprogrammet, bortsett fra at radioprogrammet har mer tid til hver kategori. Videre blir tv-programmets semiotiske rom beskrevet som lettere tilgjengelig fordi det tilbys mer hjelp for å komme over de semiotiske tersklene enn i radioprogrammet. Når det gjelder sjangeren i *Radioresepsjonen på TV*, kan programmet beskrives som et typisk talk-show, som bygger på delsjangrene vi kjenner fra radioprogrammet. Disse delsjangrene tar i bruk stabile sjangerskjema, der alle fasene fungerer som obligatoriske faser. Til slutt har vi sett hvordan modellsenderen endrer seg fra en nær kamerat til en perifer kamerat. Den fjerde resepsjonisten og Den innviede modellsenderen ser ut til å overføres fra radio til tv, og i tillegg inkluderes to nye modellmottakere som kan beskrives som Den tilfeldige og Den tilretteleggende. Dermed kan det tenkes at kommunikasjonskontrakten blir noe mindre eksklusiv, fordi modellsenderen og modellmottakeren kan beskrives som mer åpne grupper i *Radioresepsjonen på TV*.

5. Overgangen fra radio til TV

”Man føler seg litt snytt...” (Arve Vassbotn)⁴¹

5.1 Situasjonskonteksten i radio- og tv-programmet

Programmenes situasjonskontekst er allerede beskrevet i kapittel 3 og 4. I det følgende vil jeg forsøke å oppsummere forskjellene og likhetene i radio- og tv-programmets situasjonskontekst. Begge programmene ønsker først og fremst å underholde publikum og resepsjonistene beskriver både radio- og tv-programmet som ”lettbeint underholdning”. Mens *Radioresepsjonen* har fire timer med prat og innslag hver uke, har *Radioresepsjonen på TV* bare en halv time til rådighet.⁴² Det vil si at én uke med radiosendinger tilsvarer åtte uker med tv-sendinger. Emnevalgene kan variere fra det helt hverdagslige til det svært utradisjonelle, og temaskiftene kan være store og skje i løpet av kort tid i begge programmene. Mottakerne har innflytelse i forhold til emnevalg i både radio- og tv-programmet, og det resepsjonistene prater om ser ikke ut til å ha endret seg i overgangen fra radio til tv. Lydbildet i programmene beskrives også som en del av feltet, og i begge programmene danner miljøløyd og lydeffekter bakteppet. I *Radioresepsjonen på TV* kan også musikken beskrives som en bakgrunnslyd, mens musikken beskrives som en del av kjernen i radioprogrammet. Stemmene fungerer som kjerne i både radio- og tv-programmet. I tillegg er det verdt å merke seg at de populære jinglene fra radioprogrammet ikke videreføres til tv-programmet.

I begge programmene er det Steinar, Tore og Bjarte som leder programmet. Relasjonen mellom dem baserer seg på en slags rollefordeling med Steinar som programleder, Tore som bedreviter og Bjarte som hakkekylling. Denne fordelingen tas med videre til tv-skjermen, og Steinars posisjonering som stereotypisk programleder forsterkes av at han befinner seg bak et stort skrivebord. I radio- og tv-programmet finner vi relasjoner resepsjonistene seg imellom, mellom resepsjonistene og passive lyttere, og mellom resepsjonistene og aktive lyttere. I tv-programmet finner vi i tillegg relasjoner mellom resepsjonistene og publikum i salen og mellom resepsjonistene og gjester eller statistere i studio. Både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på*

⁴¹ Tittel på anmeldelse (Se her 2010).

⁴² Omtrent halvparten av hvert radioprogram er musikkinnslag.

TV kan beskrives som multimodale tekster, der førstnevnte er monomedial (kan bare høres), mens sistnevnte er multimedial (kan høres og sees). Språklige koder kan også inkluderes i situasjonskontekstens mediering, og det viser seg at ikke alle konvensjonene fra radioprogrammet overføres til tv-programmet. Situasjonskonteksten er dermed relativt lik i de to programmene, der de største forskjellene er produksjonsrammen rundt programmene, at relasjonen med publikum i salen og gjester i studio ikke finnes i radioprogrammet, at knipsing og jingler ikke finnes i tv-programmet og at radioprogrammet er en monomedial tekst, mens tv-programmet er en multimedial tekst:

	Trekk ved situasjonen i <i>Radioresepsjonen</i> i uke 49 2009	Trekk ved situasjonen i <i>Radioresepsjonen på TV</i> i ep. 5–8
Felt	"Lettbeint underholdning" på NRK P3 Varierende emnevalg Steinar, Bjarte og Tore To timer sending fra mandag til torsdag Direktesending Aktiv bruk av hjemmesider Lyd: Stemmer og musikk som kjerne Lyd: Miljølyd og lydeffekter som bakgrunn Jingler	"Lettbeint underholdning" på NRK3 Varierende emnevalg Steinar, Bjarte og Tore En halvtimes sending i uka Sendes i opptak Aktiv bruk av hjemmesider Lyd: Stemmer som kjerne Lyd: Musikk, miljølyd og lydeffekter som bakgrunn
Relasjon	Interaksjon mellom resepsjonistene Interaksjon med passive lyttere Interaksjon med lyttere med innspill	Interaksjon mellom resepsjonistene Interaksjon med passive seere Interaksjon med seere med innspill Interaksjon med publikum i salen Interaksjon med gjester eller statister
Mediering	Radio Multimodal Monomedial Konvensjoner: Gjentakelse av ord Konvensjoner: Knipsing	TV Multimodal Multimedial Konvensjoner: Gjentakelse av ord

5.2 Tekstuell kontekst: Tekst- og normsamspill

Programmenes tekstsamspill er allerede beskrevet i kapittel 3 og 4. På samme måte som i dette kapitlets oppsummering av situasjonskonteksten, vil jeg forsøke å se på likheter og forskjeller i de to programmene tekstuelle kontekst. Koteksten, den omkringliggende teksten, er ulik i radio- og tv-programmene. *Radioresepsjonens* kotekst er *P3morgen* og *Sexy*, samt nyheter som bryter inn halvveis i radioprogrammet, mens *Radioresepsjonen på TV*s kotekst er *Trekant* og *Råkk&Råll*. Selv om det er forskjellige programmer som omgir radio- og tv-programmet, er alle

kotekstene underholdningsprogram. Dette kan også beskrives som del av en vertikal kategorilegging (Hågvar 2003: 60), der man legger opp til at samme type programmer følger hverandre, samtidig som programlederne i de ulike programmene reklamerer for det neste programmet på sendeplanen. Tekstsamspillet med andre tekster viser at *Radioresepsjonen* samspiller med andre radioprogrammer som følger magasinformatet, mens *Radioresepsjonen på TV* samspiller med andre tv-programmer som følger talkshowformatet. I tillegg er det noen tekster som kan relateres til både radio- og tv-programmet, som for eksempel *Seinfeld* og *The Office*.

Normsamspillet i radioprogrammet minner mye om normsamspillet i tv-programmet, og det finnes flere eksempler på at radio- og tv-programmet spiller på de samme normene. Begge programmene kan sammenlignes med hvordan Ytreberg (2000: 137) forklarer blant annet Espen Thoresen, Harald Eia, Bård Tufte Johansen og Otto Jespersens lekne og oppfinnsomme omgang med sosiale konvensjoner, samtidig som de tar i bruk sosial aggresjon og risiko for å underholde. Aggressiv humor kan virke inkluderende og sammensveisende innenfor et humorfellesskap, både gjennom deltakernes frekkheter mot hverandre, og gjennom ekstern degradering av noen utenfor fellesskapet.

	Tekstuell kontekst i <i>Radioresepsjonen</i> i uke 49 2009	Tekstuell kontekst i <i>Radioresepsjonen på TV</i> i ep. 5–8
Kotekst	<i>P3morgen</i> <i>Sexy</i> P3 Nyheter midt i programmet	<i>Trekant</i> <i>Råkk&Råll</i>
Annet tekstsamspill	Magasinformater (<i>FK Fotball, Bestevenn</i>) <i>Team Antonsen</i> og andre programmer med absurd humor <i>Seinfeld</i> og andre programmer som snakker om ingenting	Talkshow (<i>Showman, David Letterman</i>) <i>Team Antonsen</i> og andre programmer med absurd humor <i>Seinfeld</i> og andre programmer som snakker om ingenting "Vennsksprogrammet" <i>Storbynatt</i> <i>Radioresepsjonen</i> (radioprogrammet)
Normsamspill	Aggressiv humor – smerte Medopplevelse Samtaler	Aggressiv humor – smerte Medopplevelse Samtaler

Kontekstbeskrivelsen av *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* viser hvordan programmets framstillingsform blir overført fra en tekst til en annen, og dermed tatt ut av én

kontekst og overført til en annen. Dette kalles også rekontekstualisering som Per Linell (2001: 154) definerer som "[...] the dynamic transfer-and transformation of something from one discourse/text-in-context (the context being in reality a matrix or field of contexts) to another". Linells forståelse av rekontekstualisering innebærer at det ikke er mulig å overføre en fast eller fiksert mening. Overføring av mening er en kompleks prosess og derfor er rekontekstualiseringen en slags meningsskapende praksis i seg selv (Linell 2001: 155). Selv om radio- og tv-programmets kontekster er relativt like på mange områder, vil likevel rekontekstualiseringen innebære at meningspotensialiet endres når *Radioresepsjonen* skifter medium.

5.3 Likhetstrekk mellom radio- og TV-programmet

Det er få ting som vil være identiske når man flytter et programkonsept fra radio til tv, men det er mulig å identifisere en rekke likhetstrekk mellom de to programmene. Disse likhetstrekkene er med på å skape sammenheng mellom radio- og tv-programmet, og bidrar til at en som har hørt radioprogrammet har bedre bakgrunnskunnskaper om tv-programmet enn andre. I det følgende vil jeg forsøke å gi en oversikt over de elementene som ser ut til å bli overført fra radio- til tv-programmet, nemlig formatets oppbygging, register, et utvalg konvensjoner, sjanger og tekstnormer.

5.3.1 Formatets oppbygging

Analysen av programmene viser at de er bygd opp på samme måte, med akkurat de samme delsjangrene: *Velkommen, siste uke, innslag, spalte, dagens post og skyt*. De ulike delsjangrene har omtrent den samme oppbyggingen og rekkefølgen i både radio- og tv-programmet. Tv-seerne som kjenner radioprogrammet vil dermed ha gode muligheter til å kjenne igjen de ulike delsjangrene og rekkefølgen de kommer i. Men selv om formatet er bygd opp på samme måte og med de samme delsjangrene, kan likevel formatet være noe av det som gjør størst utslag i overgangen fra radio til tv fordi *tidsbruken* er svært ulik i de to programmene. Dette kommer jeg tilbake til i delen som tar for seg forskjellene mellom radio- og tv-programmet.

5.3.2 Register

Registeranalysen av de to programmene tok utgangspunkt i Hellspøng og Ledins (2004) "stilaxler" og omtalte dem som registerakser, for å følge Hallidays begrepsapparat. Registeret er med på å analysere de generaliserbare stilistiske valgene i en tekst. Mens Hellspøng og Ledin

(2004) tar utgangspunkt i ideasjonelle, mellompersonlige, tekstuelle og kontekstuelle ”stilaxler” konsentrerer denne oppgaven seg om de mellompersonlige og tekstuelle registeraksene. Analysen viser at registeret i både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* kan beskrives som dialogisk, uformelt, subjektivt, personlig, engasjert, verbalt, lett og pratsomt. Det bør også nevnes at registeret i *Radioresepsjonen* er noe mindre dialogisk, mer uformelt og mer personlig enn *Radioresepsjonen på TV*.

5.3.3 Konvensjoner: Gjentakelse av ord

I både radio- og tv-programmet gjentas ordet postkasse av alle resepsjonistene.⁴³ Når slike konvensjoner overføres fra radio til tv, krever det at tv-seerne som ønsker å forstå konvensjonene har fulgt med programmet på radio også. I *Radioresepsjonen på TV* kan det virke som om resepsjonistene tar det for gitt at publikum i salen har gjensidig bakgrunnskunnskap som gjør at de roper ”postkasse” etter at alle resepsjonistene har sagt ordet. Egen erfaring fra innspilling tilsier at publikum blir instruert på forhånd om hvordan replikkvekslingen skal foregå, men for en tv-seer vil det se ut som at dette er en spontan reaksjon fra publikum. For en seer som ikke deler bakgrunnskunnskapen om gjentakelsen av ord, vil det være vanskelig å trekke slutninger om hva som foregår.

5.3.4 Sjanger

Både *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* kan beskrives som underholdningsprogram, men sjangerbetegnelsen kan virke preget av mediet de befinner seg i. Derfor kan radioprogrammet kalles et magasinformat og tv-programmet et talkshow. I følge Hågvar (2003: 50) bør formålet med tekstene være avgjørende for sjangerbetegnelsen. Da kan i tilfelle programmene påstås å ha samme sjangertilhørighet. De ulike delsjangrene beholder sine navn i overgangen fra radio til tv. Akkurat de samme delsjangrene finnes i radio- og tv-programmet, nemlig *siste 24/siste uke*, *innslag*, *dagens spalte*, *dagens post* og *skyt*. Dette er gjenkjennelige delsjangre for lyttere som kjenner radioprogrammet, og de slipper å bli kjent med nye delsjangre når programmet skifter medium. I tillegg ser vi at sjangerskjemaene for de ulike delsjangrene er svært like, som forsterker opplevelsen av gjenkjennelighet til delsjangeren.

⁴³ Og av publikum i studio i *Radioresepsjonen på TV*.

5.3.5 Tekstnormer

Tekstnormer er som nevnt ”normer som definerer hva som konstituerer en tekst og hvordan tekster er formet” (Berge 1990: 51). Bakken (2007) mener det er naturlig å vurdere innholdsnormer, stilnormer og komposisjonsnormer når en tekstnorm skal avdekkes. Gjennom registeranalysen har stilnormene blitt vurdert som tilnærmet like. Normer for hva innholdet skal være i de ulike programmene ser også ut til å være de samme, som vist gjennom vurderingen av programmenes situasjonskontekst. Til slutt har formatanalysen vist at komposisjonen er identisk i radio- og tv-programmet, selv om tv-programmet har mindre tid til rådighet enn radioprogrammet. Det er dermed grunnlag for å hevde at tekstnormene er relativt like i *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*. Et felles sett av tekstnormer danner en tekstkultur og sånn sett kan tv- og radioprogrammet betraktes som én tekstkultur. Slik fungerer *Radioresepsjonen* som et eksempel på et kulturelt fenomen som danner en egen tekstkultur på tvers av medier.

5.4 Forskjeller mellom radio- og tv-programmet

Når man sammenligner to tekster er det naturlig å se på både likheter og forskjeller mellom dem. Likhetene viser oss hva som overføres når *Radioresepsjonen* skifter medium, mens forskjellene kan bidra til å framheve de ulike tekstenes egenart i større grad.

5.4.1 Formatets tidsanslag

En av de største forskjellene mellom radio- og tv-programmet er at radioprogrammet har mye mer tid per sending. Mens et tv-program kommer gjennom hver delsjanger (*velkommen, siste uke, innslag, spalte, dagens post og skyt*) én gang, rekker radioprogrammet å prate seg gjennom *dagens spalte* tre ganger og de har med to ulike innslag i hvert program. *Velkommen, siste 24, dagens post* og *skyt* opptre bare én gang hver i radioprogrammet også, men det er mye mer tid til prat mellom de ulike delsjangrene i radioprogrammet (jf. reell formatkomposisjon i kapittel 3.3) enn i tv-programmet. At radioprogrammet har mer tid til prat enn tv-programmet, er trolig noe av det som gjør størst utslag i overgangen fra radio til tv fordi radioprogrammet. Dette påpekes også av Arve Vassbotn (Se Her 2010) i en anmeldelse av *Radioresepsjonen på TV*:

[...] Likevel føler man seg litt snytt etter onsdagens premiere. [...] *Radioresepsjonens* eget dilemma er egentlig det omvendte av det de fleste andre programmer på TV sliter med. De hadde egentlig trengt mer tid

på skjermen! Mer tid til å snakke seg varme, og mer tid til fri utfoldelse. Egentlig hadde de trengt å være på skjermen flere ganger i uka til og med, som på radio, for at man virkelig skal føle at de får snakket fra seg.

For mange av *Radioresepsjonens* tilhengere er det nettopp pratingen i programmet som blir satt pris på. Sanne Kristensen (intervju 13.10.2010) forklarer at han setter mest pris på praten fordi den virker oppriktig og hverdagslig, og at dynamikken mellom de tre resepsjonistene er viktig for humoren i programmet. I *Radioresepsjonens* overgang fra radio til tv kan det se ut til at det har vært viktig å beholde det kjente formatet, og ta med de samme delsjangrene over i tv-ruta. Men når alle delsjangrene overføres fra radio, samtidig som sendetiden er atskillig kortere på tv, vil det gå ut over delsjangrenes varighet. Dette går særlig utover praten i programmet, som noen av lytterne mener blir bedre jo lenger resepsjonistene vikler seg inn i absurde resonnementer. Det gjør det mulig å påstå at en viktig del av humoren i programmet reduseres. Antakelsen bekreftes av en lytter som har lagt igjen følgende melding på *Radioresepsjonens* hjemmeside (NRK 2010e):

Arine Flemen, 12 November, 2010 00:04

Erlen og Steinjo viser at de er best på tv og lager desverre et mye bedre program.⁴⁴ Dere viser igjen at radioen er deres medium. Er synd men kvalitetene deres er spontanintet og generell babling. Begge deler forsvinner med TV-programmet.

5.4.2 Konvensjoner: Knipsing og jingler

Verken knipsingen eller jinglene, som er kjent fra radioprogrammet, blir videreført til den nye plattformen. Det er med på å åpne for at nye seere kan forstå *Radioresepsjonen på TV* uten for mye forkunnskap. Om alle konvensjonene ble tatt med fra radio til tv, ville programmet i større grad vært *forbeholdt* radiolytterne, men ved å fjerne noen av konvensjonene er det trolig lettere å inkludere nye seere. I utgangspunktet ble det brukt knipsing i radioprogrammet fordi klapping hørtes rart ut på radio. Den praktiske årsaken til å knipse er altså borte, men likevel ville det vært mulig å knipse på tv. Da ville i tilfelle tv-programmet fått et noe mer sært trekk og sånn sett kanskje vært mer i tråd med radioprogrammet. Jinglene er et typisk radiofenomen, og derfor er det mulig å argumentere for at man velger å droppe elementer som er spesielt utviklet for radiomediet når man skifter medium. Men jinglene har blitt framført i konsertform, og derfor

⁴⁴ Erlend og Steinjo er programledere i radioprogrammet *Bestevenn* på NRK P3, men har også laget tv-programmet *Påpp & Råkk* som ble sendt rett før *Radioresepsjonen på TV* i perioden 10. november – 15. desember 2010.

ville det ikke vært helt unaturlig å spille jinglene på tv heller.⁴⁵ Uansett hvilke betraktninger som er gjort med hensyn til overføring av konvensjoner mellom de to mediene, er det mulig å påstå at utelukkelsen av konvensjonene kan føre til at *Radioresepsjonen på TV* er tilgjengelig for flere enn radioprogrammet var.

5.4.3 Semiotiske rom

Radioprogrammet kan bare ta i bruk auditive hjelpemidler for å introdusere *Radioresepsjonen* som semiotisk rom, mens tv-programmet også kan ta i bruk visuelle ressurser. Gunther Kress og Theo van Leeuwen (2001) bruker 'framing', eller innramming, som begrep i visuell kommunikasjon. Begrepet viser til hvordan man rammer inn visuelle elementer og slik viser hva som hører sammen og hva som ikke gjør det. I tv-programmet kan tekstvignetter og kameravinkler være med på å vise hvilke elementer som henger sammen, for eksempel ved at Steinar ser rett i kamera når han presenterer en spalte og at det vises tekstvignetter før nye innslag. De samme visuelle hjelpemidlene er ikke tilstede i et radioprogram, noe som kan bidra til at det er enklere å forstå hvilke elementer som henger sammen i *Radioresepsjonen på TV* enn i *Radioresepsjonen*. I kapittel 3.4 ble det forklart hvordan radioprogrammet tar i bruk auditive hjelpemidler som radiopratt, jingler og konvensjoner for at lytterne skal kunne forsere *Radioresepsjonens* semiotiske terskel.

I *Radioresepsjonen på TV* kan i tillegg visuelle verktøy som tekstvignetter og kameravinkler gjøre det enklere for seerne å komme over terskelen. Responsen fra publikum i tv-studioet er også med på å tydeliggjøre det semiotiske rommet for seerne. Når publikum i salen ler, er det for eksempel et slags tegn til seerne om at "dette er morsomt, dette er 'innafor' humoren som kjennetegner *Radioresepsjonen*". I radioprogrammet er man nødt til å gjøre mer selvstendige tolkninger av hva som er del av det semiotiske "huset" som *Radioresepsjonen* består av. Om det stemmer at det er vanskeligere å forsere terskelen til radioprogrammet enn til tv-programmet, vil det føre til at radioprogrammets semiotiske rom er mindre tilgjengelig enn tv-programmets semiotiske rom. Men det er mulig å tenke seg at noe av poenget med radioprogrammet nettopp er å skape et semiotisk rom som ikke alle har tilgang til.

⁴⁵ *Radioresepsjonens* jinglekonsert på Rockefeller den 3. mai 2010.

5.4.4 Modellsender

I og med at resepsjonistene er de samme i programmene, kan den empiriske senderen beskrives som den samme selv om programmet skifter medium. I det følgende vil jeg argumentere for at modellsenderen til en viss grad endres når programmet skifter medium. I radioprogrammet er det mulig å danne seg et bilde av Den nære kameraten som modellsender gjennom en rekke tekstlige signaler som for eksempel et personlig, subjektivt og uformelt register. I tv-programmet gis modellsenderen mindre tid til å diskutere hverdagslige problemer. I tillegg er registeret noe mer formelt og litt mindre personlig i tv-programmet enn i radioprogrammet. Det er fortsatt en kameratslig modellsender, men ikke i like stor grad som i tv-programmet. Derfor presenteres Den perifere kameraten som modellsender i *Radioresepsjonen på TV*.

5.4.5 Modellmottaker

I radioprogrammet ble Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede presentert som modellmottakere. Modellsenderen henvender seg til Den fjerde radioresepsjonisten med ønsker om tilbakemeldinger og bidrag til teksten. For å svare på henvendelsene må Den fjerde radioresepsjonisten bidra aktivt i programmet med innspill som holder seg innenfor konvensjonene i programmet. Den innviede inviteres inn i *Radioresepsjonen* gjennom gruppesjargong og personlige henvendelser som krever kjennskap til programmet, og som understreker at modellsenderen er fornøyd med at Den innviede hører på programmet. Gjennom henvendelser til Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede legges det opp til et kameratslig og jevnbyrdig forhold mellom modellsender og modellmottakere.

Når *Radioresepsjonen* skifter format, argumenteres det for at modellmottakerne fra radioprogrammet fortsetter å være en del av tv-programmet. I tillegg inkluderes to nye modellmottakere, nemlig Den tilfeldige og Den tilretteleggende. Den tilfeldige har ikke den samme bakgrunnskunnskapen om radioprogrammet som Den fjerde radioresepsjonisten og Den innviede har. Den tilfeldige inviteres inn i teksten gjennom et enkelt og lettfattelig språk, og et mindre ”lukket” univers enn i radioprogrammet. Den tilretteleggende beskrives som en modelldeltaker som illustrerer en ”forbilledlig deltakelse” i teksten. Gjennom deltakelse og umiddelbare tilbakemeldinger bidrar Den tilretteleggende som en mal for hvordan empiriske tv-seere skal forstå teksten.

5.4.6 Kommunikasjonskontrakt

De nye modellmottakere, endringen av modellsender og et mer tilgjengelig semiotisk rom i *Radioresepsjonen på TV* bidrar til at kommunikasjonskontrakten endrer seg når *Radioresepsjonen* skifter medium. Den implisitte kontrakten som tidligere var forbeholdt noen få, dedikerte modellmottakere, utvides til å gjelde flere når *Radioresepsjonen* skifter medium. Når Den perifere modellsenderen inngår en kommunikasjonskontrakt med fire ulike modellmottakere som har forskjellig bakgrunnskunnskap, er det mye som tyder på at den implisitte kontrakten er mer inkluderende i tv-programmet enn i radioprogrammet. I tillegg er mediet også med på å gjøre radioprogrammet mindre tilgjengelig fordi det bare kan bruke auditive ressurser. Bruken av visuelle ressurser i tv-programmet bidrar til at det er lettere å komme over terskelen til det semiotiske ”huset”. For å inkludere modellmottakerne med mindre bakgrunnskunnskap inngås det altså en mindre eksklusiv kommunikasjonskontrakt i *Radioresepsjonen på TV* enn i *Radioresepsjonen*.

5.5 Radioresepsjonen som konsept

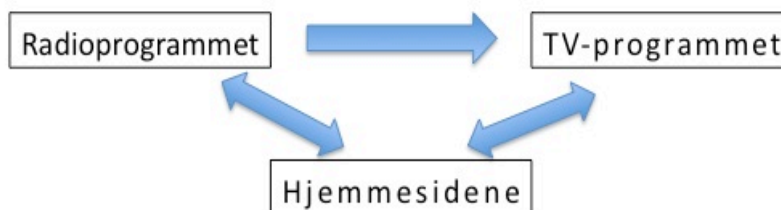
Analysen ovenfor behandler radio- og tv-programmet som to forskjellige enheter, men *Radioresepsjonen* kan også beskrives som et konsept bestående av radioprogrammet, tv-programmet, hjemmesidene og ulike merkevarer. I denne sammenhengen kan det være interessant å vurdere konseptet som helhet for å balansere antydningene om at radio- og tv-programmet fungerer som to ulike enheter. En nyttig tilnærming vil i tilfelle være å vurdere både radio- og tv-programmet som en del av et større konsept.

5.5.6 Flermediale relasjoner

Anja Bechmann Petersen (2007) skiller mellom tre ulike typer flermediale relasjoner: Flermedialitet som relasjoner mellom medieprodukter, flermedialitet som mediestrukturer og flermedialitet som aktør-plattform relasjoner. Alle disse tre formene for multimediale relasjoner opptrer i konseptet *Radioresepsjonen*, og vi skal se nærmere på hvordan de to førstnevnte medieforbindingene fungerer. For å si noe om flermedialitet som aktør-plattform må man ha informasjon om aktørenes forhold til de ulike plattformene. Det ville krevd dybdeintervjuer med både brukere (publikum) og designere (resepsjonistene og NRK) som dreier seg om blant annet tilgjengelighet, bruksmønstre, komfort, teknologi, økonomi, strukturer og politiske avgjørelser på tvers av plattformene. Av tidshensyn har ikke dette blitt prioritert.

Flermedialitet som relasjoner *mellom medieprodukter* handler om forholdet mellom et medieprodukt i én plattform og et medieprodukt i en annen. (Petersen 2007: 24). I konseptet *Radioresepsjonen* finner vi denne relasjonen i tre forskjellige former. Den første er den historiemessige og funksjonelle relasjonen mellom medieprodukter i ulike plattformer som kan beskrives ved hjelp av begrepene 'kloning' (det samme innholdet flyttes mellom medier) 'rekombination' (innhold tilpasses ulike medier), og 'gjenskaping' (innholdet utvikles primært med forskjellige medier i tankene) (Petersen 2007: 24). Den historiemessige og funksjonelle flermedialiteten i *Radioresepsjonen* kan beskrives som 'rekombination' og 'gjenskaping'. Vi finner altså ikke et identisk innhold i de ulike mediene. Et eksempel på 'rekombination' kan være at delsjangrene tilpasses tv-mediet, og gjør visse grep som gjør at innholdet har endret seg noe i forhold til hvilket medium det opptrer i. Videre finner vi 'gjenskaping' i tilfellene hvor innholdet skal publiseres på hjemmesidene. Tekster som publiseres på nett er bare utviklet for nettbruk og formes som en nettartikkel.

Den andre typen relasjon mellom medieprodukter i ulike plattformer er den konseptuelle sammenbindingen som skapes gjennom bruk av navn, verter, språk og ordtak på tvers av medier (Petersen 2007: 27). *Radioresepsjonen* bruker omtrent det samme navnet på radio og tv. I tillegg har de nettsider som bruker navnet *Radioresepsjonen*, selv om sidene gjelder *Radioresepsjonen på TV* også. Programlederne er de samme på radio og tv, og det er de som legger ut saker på nettsidene også. I tillegg kjenner vi, som nevnt tidligere, igjen språket i de ulike mediene. Den siste formen for relasjon mellom medieprodukter i ulike plattformer er navigering, som beskriver brukerens mulighet til å bevege seg aktivt mellom mediene. Denne er svært viktig for flermediale konsepter fordi den gjør brukeren oppmerksom på sammenhengen i konseptet (Petersen 2007: 27). Gjennom radioprogrammet henviser stadig resepsjonistene til nettsidene sine, og nettsidene bygger på hva som har foregått i radioprogrammet. Det henvises også til tv-programmet på nettsidene, samtidig som resepsjonistene henviser til nettsidene sine når de har sendetid på tv. Mot slutten av radioprogrammets levetid, snakket resepsjonistene stadig om at de skulle over i et annet medium. Den eneste navigeringsmuligheten som "mangler" er fra tv-programmet til radioprogrammet. Noe av årsaken er trolig at det ikke var sikkert at resepsjonistene skulle tilbake på eteren da tv-programmet gikk.



Figur 5: Oversikt over navigering

En vurdering av flermediale relasjoner som tar utgangspunkt i *mediestrukturer*, ser på hvordan medieprodukter henviser til trekk ved et annet medium som for eksempel fysiske forhold og utforming. Disse formene for flermedialitet kan være veiledende og translative. Den veiledende flermedialiteten fungerer som en metamedial relasjon mellom et medieprodukt og en medieplattform, og sier noe om bruken av den fysiske plattformen, mens den translative flermedialiteten beskriver hvordan det etableres en forestilling om deler av en annen medieplattform (Petersen 2007: 29–30). Et eksempel på veiledende flermedialitet kan være *Radioresepsjonens* hjemmesider som viser hvordan man kan lage radiojinger eller hjemmesidene beskrivelse av hvordan man kan laste ned podkaster for å høre på programmet. Den translative flermedialiteten tas i bruk når *Radioresepsjonens* hjemmesider viser *Radioresepsjonen på TV* ved hjelp av NRKs nett-tv. Nett-tv bruker forestillingselementer som innhold og skjerm, men har likevel ikke ”overtatt” tv-mediets kommunikative miljø fullstendig. Brukssituasjonen vil for eksempel være en helt annen når man ser på *Radioresepsjonen på TV* på nett-tv eller om man ser programmet på tv.

5.6 Kapitlet i korte trekk

Det er lite som vil være identisk når et program skifter medium, men det ser ut til at formatets oppbygging, registeret, konvensjonen om å gjenta ordet ”postkasse”, delsjangrene og tekstkulturen er relativt overførbare fra radio- til tv-programmet. De største forskjellene mellom programmene er formatenes tidsanslag, at jinglene og knipsingen uteblir i tv-programmet, at radioprogrammets semiotiske ”hus” ser ut til å være vanskeligere tilgjengelig enn tv-programmet, at modellsenderen blir en mer perifer kamerat og at modellmottakeren i radioprogrammet er mer ”innviet” i *Radioresepsjonens* univers enn det modellmottakeren i tv-programmet er. I kapitlet hevdes det at kommunikasjonskontrakten går fra å være en eksklusiv kontrakt for modelldeltakere som innehar en viss bakgrunnskunnskap om programmet til å bli en

kommunikasjonskontrakt som inkluderer flere. Til slutt gis det et overblikk over *Radioresepsjonen* som konsept for å understreke at de ulike mediene også fungerer som én meningsskapende helhet.

6. Medietekster i nye mediesituasjoner

"Jeg føler vi må tenke at tv er tv og radio er radio" (Bjarne Paul Tjøstheim)⁴⁶

6.1 Endres *Radioresepsjonen* som tekst når programmet skifter medium?

Etter å ha analysert og sammenlignet *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*, er det mulig å svare ja på den overordnede problemstillingen i oppgaven. *Radioresepsjonen* som tekst endrer seg når programmet skifter medium. I det følgende vil jeg forsøke å svare på de tre forskningsspørsmålene som ble presentert innledningsvis ved å oppsummere og forklare de viktigste endringene, men også presisere hva som ikke endrer seg.

6.1.1 Kontekstuelle endringer i *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV*

De kontekstuelle endringene er allerede oppsummert i kapittel 5.1 og 5.2 og funnene vil Det sammenfattes som et svar på det første forskningsspørsmålet. Kulturkonteksten for de to programmene kan presenteres som relativt like. Begge programmene er del av NRK, de sendes som underholdningsprogrammer og er omgitt av tilhengere som kjenner programmet svært godt. Situasjonskontekstens felt og relasjon er også relativt stabile selv om programmet skifter plattform. Den kommunikative oppgaven er fortsatt å underholde et publikum, mens relasjonen mellom resepsjonistene ser ut til å være den samme. Mens det i radio- og tv-programmet kunne identifiseres en relasjon mellom resepsjonistene, de aktive lytterne og de passive lytterne, inkluderes publikum i studio i tv-programmet. Situasjonskontekstens mediering, som består av mediet og hvilken rolle språket spiller i situasjonen, vil til dels endre seg når mediet skifter. Den mest vesentlige forskjellen er at mediet går fra å være tv til å bli radio. I tillegg til åpenbare forskjeller som at tv-mediet har muligheten til å vise bilder og at man ser hva resepsjonistene gjør, fører også endringen av medium til at det semiotiske rommet blir lettere tilgjengelig fordi det visuelle bidrar til å hjelpe publikum over terskelen.⁴⁷ Språkets rolle i situasjonens mediering ser derimot ut til å være forholdsvis stabil uansett medium. Registeret er omtrent det samme, selv

⁴⁶ Intervju, 29.04.2011.

⁴⁷ Beskrives nærmere i kapittel 6.1.3.

om små endringer gir utslag for modellsenderen og modellmottakeren i programmet.⁴⁸ Den tekstuelle konteksten er både lik og ulik når *Radioresepsjonen* skifter medium: Koteksten til radio- og tv-programmet er ulik, noe som er helt naturlig i og med at *Radioresepsjonens* kontekst består av radioprogrammer mens *Radioresepsjonen på TVs* kontekst består av tv-programmer. I tillegg samspiller radioprogrammet med andre faktiske radioprogrammer mens tv-programmet samspiller med andre faktiske tv-programmer. Til slutt kan det virke som om de to programmene bygger på det samme normsamspillet som blant annet involverer frie tøyler og til dels aggressiv humor.

6.1.2 Konsekvenser for programmets tekstnormer, sjanger og semiotisk rom

Det andre forskningsspørsmålet dreier seg om hva som skjer med tekstnormer, sjanger og semiotisk rom når programmet skifter medium. Tekstnormene kan deles inn i innholdsnormer, stilnormer og komposisjonsnormer. Gjennom beskrivelsen av programmenes situasjonskontekst og underveis i analysen har innholdsnormene blitt vurdert som relativt like i radio- og tv-programmet. Registeranalysen viser at heller ikke stilnormene endrer seg nevneverdig når *Radioresepsjonen* skifter medium. Formatanalysen viser at komposisjonsnormene også er relativt stabile, bortsett fra at radioprogrammet har mer tid til rådighet med flere sendinger og mer tid per sending. Det er dermed grunn til å påstå at tekstnormene endrer seg i liten grad når *Radioresepsjonen* skifter medium. De stabile tekstnormene er med på å gjøre at heller ikke sjangeren endrer seg nevneverdig i overgangen mellom medier. Begge programmene har det samme kommunikative formålet, de bygger på like tekstnormer og har akkurat de samme delsjangrene. Lite tyder på at tekstnormer og sjanger endres når programmet skifter medium, men situasjonen er en annen for det semiotiske rommet. Når det visuelle blir en del av programmet, virker det som at det semiotiske rommet blir lettere tilgjengelig. Mens radioprogrammet bare kan bruke auditive hjelpemidler for å introdusere *Radioresepsjonen* som semiotisk ”hus”, har *Radioresepsjonen på TV* mulighet til å ta i bruk både auditive og visuelle ressurser for å hjelpe publikum over terskelen.

⁴⁸ Mer om dette i kapittel 6.1.3

6.1.3 Konsekvenser for modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakten

Fokuset for det tredje og siste forskningsspørsmålet er hva som skjer med modellsender, modellmottaker og kommunikasjonskontrakt når programmet skifter medium. Disse er med på å beskrive hvordan teksten kommuniserer, og det er her de største endringene finner sted.

Modellsenderen i radioprogrammet presenteres som Den nære kameraten og legger opp til et personlig og jevnbyrdig forhold med modellmottakeren. I tv-programmet er modellsenderen fortsatt kameratslig, men i noe mindre grad enn tidligere. Når mediet skifter, får modellsenderen mindre tid til å legge fram hverdagslige problemer, samtidig som registeret beskrives som noe mer formelt og upersonlig enn i radioprogrammet. Derfor presenteres Den perifere kameraten som modellsender i tv-programmet. Analysen viser også hvordan modellmottakerne Den fjerde resepsjonisten og Den innviede overføres til tv-programmet. Men når programmet skifter medium, inkluderes det to nye modellmottakere: Den tilfeldige og Den tilretteleggende. Mens Den fjerde resepsjonisten og Den innviede kjenner programmet godt og svarer på Den nære kameratens henvendelser, inkluderes Den tilfeldige gjennom en rekke tekstlige signaler som kan forstås av de som ikke kjenner programmet fra før. Den tilretteleggende modellmottakeren i tv-programmet ser ut til å fungere som en slags ”idealdeltaker” som svarer umiddelbart på henvendelser fra modellsenderen, og som viser Den tilfeldige hvordan teksten skal forstås på en forbilledlig måte.

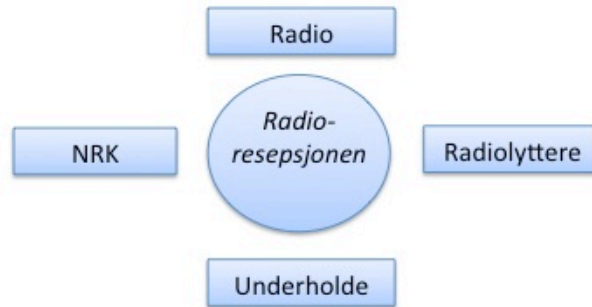
En kommunikasjonskontrakt inngås i hovedsak av modellsender og modellmottakere. Når disse endres, får det konsekvenser for den implisitte kontrakten. Det semiotiske rommet, som blir mer tilgjengelig i tv-programmet, kan også bidra til at kommunikasjonskontrakten endres når mediet skifter. I oppgaven argumenteres det for at kommunikasjonskontrakten i tv-programmet er mer tilgjengelig og inkluderende enn kommunikasjonskontrakten i radioprogrammet.

Kommunikasjonskontrakten i radioprogrammet inkluderer færre modellmottakere og er mindre tilgjengelig fordi den semiotiske terskelen er vanskeligere å forsere enn i tv-programmet. Derfor blir kommunikasjonskontrakten i radioprogrammet betraktet som mer ”eksklusiv” enn i tv-programmet. Selv om kommunikasjonskontraktene ser ut til å endre seg, kan *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* fortsatt gjenkjennes som én tekstkultur, på bakgrunn at kontekst, tekstnormer og sjangre er ganske like i begge programmene.

6.2 Mulige forklaringer på endringene som finner sted

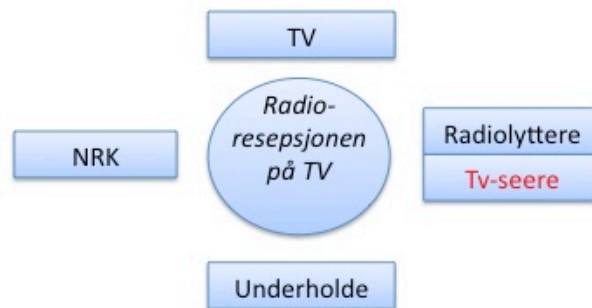
I det følgende vil det gis en funksjonell forklaring på hvorfor *Radioresepsjonen* som tekst endrer seg når programmet skifter medium. Det vil si at endringene forklares som hensiktsmessige tilpasninger til nye situasjoner (Skirbekk 2011). Endringene er ikke nødvendigvis tilsiktede, men virkningen spiller likevel en viktig rolle. Forklaringen som følger betrakter dermed endringene som tekstens fornuftige tilpasning til det nye mediet. Gjennomgangen i kapittel 5.4 viser hvordan det først og fremst er aspekter ved kommunikasjonen som endrer seg når programmet skifter medium. En funksjonalistisk forklaring vil forhåpentligvis bidra til å forklare hvorfor kommunikative endringer er formålstjenelige når teksten skifter medium.

Bakken (2009) forklarer hvordan enhver tekst har unike egenskaper som gjør at den fungerer godt i én situasjon og mindre godt i en annen. Forholdet mellom teksten og situasjonen er et av de viktigste forskningsområdene i den moderne retorikken, men har også betydning for tekstvitenskapen. Selv om ikke denne oppgaven betrakter *Radioresepsjonen* og *Radioresepsjonen på TV* som retoriske situasjoner som primært ønsker å løse et påtrengende problem, kan den retoriske situasjonen like fullt bidra til å forklare hvorfor kommunikasjonen endrer seg når programmet skifter medium. Enhver tekst må tilpasses situasjonen og følgende situasjonsfaktorer: Avsender, sak, omstendighet og mottaker (Bakken 2007: 78–79). I den retoriske situasjonen blir den empiriske senderen betraktet som avsender av teksten. I dette tilfellet er det resepsjonistene og NRK. Videre må teksten tilpasses saken, som i hovedsak er at *Radioresepsjonen* dreier seg om å underholde mottakeren. Omstendighetene rundt teksten beskrives av programmets kontekst, og den kan helt konkret sammenfattes som radio. Den kanskje viktigste situasjonsfaktoren er mottakeren, i og med at en tekst som ikke er tilpasset mottakeren sjelden vil nå fram med sine budskap. I *Radioresepsjonens* er de empiriske mottakerne de faktiske radiolytterne. Illustrasjonen under tar utgangspunkt i Bakkens (2007: 79) oversikt over den retoriske situasjonen og viser hva hvert radioprogram må ta hensyn til når teksten skal utformes:



Figur 6: Den retoriske situasjonen i Radioresepsjonen

Når programmet skifter medium, er avsenderen og saken den samme som i radioprogrammet, men omstendighetene og mottakeren endres. Det vil si at teksten bør gjøre tilpasninger med hensyn til det nye mediet og de nye mottakerne. Tv-programmet tilpasses et nytt medium ved hjelp av en rekke visuelle elementer. Blant annet får man se karakterene som er kjent fra radio, skjermen i studio brukes til å vise fram ting og tekstvignetter er med på å tydeliggjøre innholdet. I tillegg må teksten tilpasses til en ny mottakergruppe som ikke har hørt på radioprogrammet. Derfor er det mulig å skille mellom to ulike mottakergrupper når *Radioresepsjonen* skifter medium: Radiolyttere, som kjenner programmet fra radio og tv, og tv-seere, som bare kjenner programmet fra tv. Når *Radioresepsjonen på TV* forsøker å tilpasse seg den nye mottakergruppen, er det mulig å se for seg at hensynet til radiolytterne som kjenner *Radioresepsjonen* fra før, nedprioriteres fordi det legges opp til en mer ”introduserende” tilnærming til teksten fra avsenderens side.



Figur 7: Den retoriske situasjonen i *Radioresepsjonen på TV*

Illustrasjonen over viser hvordan *Radioresepsjonen på TV* må forholde seg til to mottakergrupper når programmet skifter medium. Det at tv-programmet får en ny mottakergruppe å forholde seg til kan være avgjørende for kommunikasjonen mellom deltakerne i teksten. Det er altså

formålstjenelig for *Radioresepsjonen på TV* å inkludere nye tv-seere i programmet som ellers ikke ville blitt kjent med programmet. Det som skaper problemer er at disse to mottakergruppene har helt ulik bakgrunnsforståelse av teksten, som gjør det vanskelig å tilfredsstille både de som kjenner programmet fra før og de som ikke gjør det. Ved å beholde de samme tekstnormene og den samme sjangeren, skapes det muligens forventninger om at radiolytternes bakgrunnskunnskap kan brukes når de ser på tv-programmet også. Men tv-programmet henvender seg både til de opprinnelige modellmottakerne fra radioprogrammet, som sannsynligvis deler egenskaper med Den fjerde resepsjonisten og Den innviede, og til nye modellmottakere, som trolig deler egenskaper med Den tilfeldige. I tillegg inkluderes Den tilretteleggende modellmottakeren som ”viser” Den tilfeldige hvordan teksten skal forstås. Når også det semiotiske rommet i tv-programmet blir lettere tilgjengelig, er det mulig å hevde at de opprinnelige radiolytterne ”undervurderes”. Henrik Sanne Kristensen og Ingrid Mjøs (intervju 05.05.2011) bekrefter antakelsen, og mener at mye av informasjonen som gis i programmet allerede er kjent for radiolytterne. Selv om resepsjonistene sannsynligvis treffer en del nye fans gjennom tv-programmet, mener de at mange av de gamle radiolytterne sannsynligvis har hørt flere av resonnementene tidligere. *Radioresepsjonen på TV* går dermed langt i å tilpasse seg de nye mottakerne, men når mottakerne også inkluderer gamle radiolyttere, kan det virke som om tilpasningen til de nye mottakerne kanskje finner sted i *for* stor grad.

6.3 Radioresepsjonen som eksempel på en generell tendens?

Stadig flere sakprosaer overføres til nye medier og en relevant diskusjon kan være hvor mye hensyn tekstene bør ta til mediet. Bjarte Paul Tjøstheim (intervju 29.04.2011) er opptatt av å bevare mediets egenart og la tv være tv og radio være radio. Tekstene må altså tilpasses mediet de befinner seg i, som jo er helt avgjørende for opplevelsen av teksten (jf. den retoriske situasjonen). Men ved å se på tv og radio som to adskilte medier når tekster skifter plattform, er det muligens vanskeligere å videreføre kvaliteter ved den originale teksten. De fleste originale medietekster er skapt for et bestemt medium. Kanskje nettopp dyrkingen av mediets kvaliteter er den største utfordringen når tekster allerede har vært sendt i et medium. For når en tekst allerede er utviklet for et medium, vil det etableres en mottakergruppe som det er naturlig at videreføres til det nye mediet. I noen tilfeller kan tilpasningen av teksten til det nye mediet gjøre at den etablerte mottakergruppen får problemer med å forstå teksten på samme måte som i det forrige mediet.

Men om teksten ikke tilpasses det nye mediet, vil det være lite poeng å skifte medium i det hele tatt.

Som Tjøstheim (intervju 29.04.2011) påpeker, vil endringen av mediet i *Radioresepsjonens* tilfelle gagne publikum fordi programmet får en lenger levetid totalt. Et skifte av medium kan også være lærerikt for de som produserer programmet og for programlederne. I tillegg er det klart at økonomiske aspekter og økt publikumsoppslutning kan være lokkemidler for å la tekster skifte plattform. Tendensen til stadig økende sammensmelting av medieplattformer gjør det vanskelig å se for seg en mediehverdag der ikke tekster fungerer på tvers av medier. Denne analysen forsøker ikke å hindre denne prosessen, men heller gjøre oppmerksom på hvordan tilpasningen til nye medier kan ha mye å si for tekstens kommunikasjon. Forhåpentligvis kan andre bygge videre på forståelsen, og kanskje bruke denne tekstvitenskapelige analysemetoden på andre sakprosaetekster som overføres mellom medier.

6.4 Avslutning

Denne tekstvitenskapelige analysen av *Radioresepsjonens* overgang fra radio til tv er en liten analyse av et stort tema. Forskningsfeltet består av mye empiri, men få teoretiske beskrivelser. Materialets begrensning gjør det vanskelig å generalisere funnene, men forhåpentligvis kan oppgaven bidra til en dypere forståelse av hva som skjer når sakprosaetekster skifter medium. Målet med denne analysen var å undersøke om *Radioresepsjonen* som tekst endrer seg når programmet skifter medium. Svaret er ja, men det er først og fremst *teksten som kommunikasjon* som endrer seg i overgangen fra radio til tv.

Til slutt vil jeg trekke fram Bjarte Paul Tjøstheims (intervju 29.04.2011) tanker om hvordan noe man har eierskap til, kan påvirkes av at flere tar del i relasjonen: ”Når du har oppdaga et band eller noe sånt, så er det veldig kult når du er den som har oppdaga det først. Men når litt for mange oppdager dette bandet, så er det kanskje ikke så spennende lenger”. Denne oppgaven antyder at mange av radioresepsjonens opprinnelige lyttere kanskje føler det på samme måte. De har tatt del i et relativt lukket univers som er utviklet for radiomediet, men som blir mer tilgjengelig når programmet skifter medium. Tilgjengeligheten fører med seg flere mottakere, men det sannsynliggjør også at et fullsatt Rockefeller heller knipser for *Radioresepsjonen* enn for *Radioresepsjonen på TV*.

Litteratur

Kilder i bøker og tidsskrifter

- Aliseda, Atocha (2006) *Abductive reasoning: logical investigations into discovery and explanation*. Dordrecht: Springer.
- Bakken, Jonas (2009) *Retorikk i skolen*. Oslo: Universitetsforlaget
- Bakken, Jonas (2007) *Litteraturvitenskapens retorikk. En studie av tekstnormene for gode norske empiriske litteraturvitenskapelige artikler i perioden 1937–57*. Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo, Unipub.
- Bakhtin, Mikhail M. (2005) *Spørsmålet om talegenrane*, [1979]. Oversatt og med etterord av Rasmus T. Slaatelid. Oslo: Pensumtjeneste
- Bastiansen Henrik G. og Hans Fredrik Dahl (2008) *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berge, Kjell Lars (1990) *Tekstnormers diakroni. Noen idéer til en sosiotekstologisk teori om tekstnormendring*. Meddelanden från Institutionen för nordiska språk vid Stockholms universitet.
- Berge, Kjell Lars (1998) ”Å skape mening med språk – om Michael Halliday og hans elevs sosialesemiotikk” I: *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan og J.R. Martin*. Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock og Eva Maagerø (red.), side 17–32. Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Akademisk Forlag.
- Berge, Kjell Lars og Per Ledin (2001) ”Perspektiv på genre” I: *Rhetorica Scandinavica. Tidsskrift for skandinavisk retorikforskning (18)*.
- Berge, Kjell Lars (2002) ”Å skape mening med tekst – et etterord om sakprosa og tekstvitenskap” I: *Den flerstemmige sakprosaen. Nye tekstanalyser*. Johan L. Tønnesson (red.), side 232–242. Oslo: Fagbokforlaget. Landslaget for norskundervisning.

- Berge, Kjell Lars (2005) ”Studie 6: Tekstkulturer og tekstkvaliteter” I: *Ungdommers skrivekompetanse. Bind II. Norskeksamen som tekst*. Kjell Lars Berge, Lars Sigfred Evensen, Frøydis Hertzberg og Wenche Vagle (red.), side 11–190. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berge, Kjell Lars (2008) ”Kapittel 2. Teksten” I: *Tekst og historie. Å lese tekster historisk*. Kristin Asdal, Kjell Lars Berge, Karen Gammelgaard, Trygve Riiser Gundersen, Helge Jordheim, Tore Rem og Johan L. Tønnesson, side 33–68. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bruun, Hanne (1999) *Talkshowet. Portræt af en tv-genre*. Valby: Borgen/Medier
- Couture, Barbara (1986) ”Effective ideation in written text: a functional approach to clarity and exigence”. I: *Functional Approaches to Writing Research Perspectives*. Barbara Couture (red.) London: Frances Pinter
- Eco, Umberto (1979) *The Role of the reader. Explorations in the semiotics of texts*. London: Hutchinson.
- Eide, Linda og Lars Nyre (2004) *Radiatorradio. Lyd i journalistikk*. Oslo: Det norske samlaget
- Eide, Martin, Eli Skogerbø og Trine Svertsen (2008) ”Kapittel 1. Medier og samfunn – en introduksjon”. I: *Medievitenskap. Medier – institusjoner og historie*. Martin Eide (red.), side 13–22. Bergen: Fagbokforlaget.
- Elle, Maria (2010) *Den en sterkestes rett? Dominansstrategier i partilederdeebatten*. Masteroppgave, Institutt for lingvistiske og nordiske studier, Universitetet i Oslo.
- Enli, Gunn, Hallvard Moe, Vilde Schancke Sundet og Trine Svvertsen (2010) *TV – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Erdal, Ivar John (2007) ”Lokomotiver og sugerør – om medieplattformenes roller i en allmennkringkasters nyhetsorganisasjon” I: *På tværs af mediernes*. Anja Bechmann Petersen og Steen K. Rasmussen (red.), side 153–176. Århus: Forfatterne & Forlaget Å jour.

- Grunwald, Ebbe (2007) ”Journalistikk og sprog i flermediale miljøer” I: *På tværs af medierne*. Anja Bechmann Petersen og Steen K. Rasmussen (red.), side 243–272. Århus: Forfatterne & Forlaget Å jour.
- Halliday, Michael A. (1998a) ”Språk, kontekst og tekst – aspekter ved språk i et sosialsemiotisk perspektiv” I: *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan og J.R. Martin*. Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock og Eva Maagerø (red.), side 67–79. Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Akademisk Forlag.
- Halliday, Michael A. (1998b) ”Registervariasjon” I: *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan og J.R. Martin*. Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock og Eva Maagerø (red.), side 95–118. Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Akademisk Forlag.
- Halliday, Michael A. (1998c) ”En tolkning av den funksjonelle sammenhengen mellom språk og sosial struktur” I: *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan og J.R. Martin*. Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock og Eva Maagerø (red.), side 255–265. Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Akademisk Forlag.
- Hellspong, Lennart og Per Ledin (2004) *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys* [1997]. Lund: Studentlitteratur.
- Hutcheon, Linda (2006) *A Theory of Adaptation*. New York: Routledge.
- Hågvar, Yngve Benestad (2003) *Hele folkets diskurs: en kritisk diskursanalyse av den gode VG-sak*. Oslo: Norsk sakprosa i samarbeid med Norsk faglitterær forfatter- og oversetterforening.
- Hågvar, Yngve Benestad (2007) *Å forstå avisa*. Bergen: Fagbokforlaget. Landslaget for norskundervisning.
- Johnstone, Barbara (2000) *Qualitative methods in sociolinguistics*. New York: Oxford University Press.

- Kalle, Lena Christin og Silje Farestveit Wester (2006) ”Humor og sosial aggresjon i Torsdagsklubben” I: *Humor i mediene*. Yngvar Kjus og Birgit Hertzberg Kaare (red.) Oslo: J. W. Cappelens Forlag
- Karlsson, Anna-Malin og Per Ledin (2000) ”Cyber, hyper och multi några reflektioner kring IT-ålderns textbegrepp” I: *Human IT Tidsskrift för studier av IT ur et humanvetenskapligt perspektiv. Nr 2/3 2000*. Institutionen Bibliotekshögskolan, Högskolan i Borås. Tilgjengelig online: <http://etjanst.hb.se/bhs/ith//23-00/amk.htm> [Lesedato: 14.08.2010]
- Kittelsen, Christer (2010) *Radiohumor i endring – en analyse av Radioresepsjonen*. Masteroppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Kjus, Yngvar (2006) ”Vulgært og virtuost. Distanserende humor i Åpen post” I: *Humor i mediene*. Yngvar Kjus og Birgit Hertzberg Kaare (red.) Oslo: J. W. Cappelens Forlag
- Kress, Gunther og Theo van Leeuwen (2001) *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold publishers.
- Ledin, Per (1996) *Genrebegreppet: en forskningsöversikt*. Lund: Institutionen för nordiska språk
- Linell, Per (2001) *Approaching Dialogue. Talk, interaction and contexts in dialogical perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Løvland, Anne (2010) ”Multimodalitet og multimodale tekster” I: *Tidsskriftet viden om læsning Nr. 7 marts 2010*. København: Nationalt Videnscenter for Læsning. Også tilgjengelig online: http://www.videnomlaesning.dk/UserFiles/File/Pdf-filer/Tidsskrift/Tidsskrift_nr_7/Viden_om_Laesning_nr_7.pdf [Lesedato: 15.02.2011]
- Maagerø, Eva (1998) ”Hallidays funksjonelle grammatikk – en presentasjon” I: *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan og J.R. Martin*. Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock og Eva Maagerø (red.), side 33–63. Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Akademisk Forlag.
- Miller, Carolyn (2001) ”Klassikeren: Genre som sosial handling” I: *Rhetorica Scandinavica. Tidsskrift for skandinavisk retorikforskning (18)*

- Moen, Susanne (2002) ”Med steinar i balla og piggråd i pungen”. Unge mannsstemmer i klamydia-informasjon” I: *Den flerstemmige sakprosaen. Nye tekstanalyser*. Johan L. Tønnesson (red.). Oslo: Fagbokforlaget. Landslaget for norskundervisning.
- Nyre, Lars (1997) *Radioen og det lydlege. Om nokre føresetnader for studiet av mediepersepsjon*. Rapport nr. 34. Institutt for medievitenskap. Universitetet i Bergen.
- Ochs, Elinor (1979) ”Transcription as theory” I: *Developmental pragmatics*. Elinor Ochs og Bambi B. Schieffelin (red.) New York: Academic press.
- Ongstad, Sigmund (1996) *Sjanger, posisjonering og oppgaveideologier. Et teoretisk-empirisk bidrag til et tverrfaglig, semiotisk og didaktisk sjangerbegrep*. Trondheim: Norges teknisk-naturvitenskaplige universitet
- Petersen, Anja Bechmann (2007) ”Tværmedial kommunikation i flermedie-koncepter” I: *På tværs af medierne*. Anja Bechmann Petersen og Steen K. Rasmussen (red.), 17–39. Århus: Forfatterne & Forlaget Å jour.
- Petersen, Anja Bechmann og Steen K. Rasmussen (2007) (red.) *På tværs af medierne*. Århus: Forfatterne & Forlaget Å jour.
- Rognmo, Anna Solvoll (2009) *Spørsmålets retorikk. Responser og spørsmålsformuleringer i norske partilederspøringer - journalistikk i valgkamp*. Masteroppgave, Institutt for lingvistiske og nordiske studier, Universitetet i Oslo.
- Sagen, Steinar, Tore Sagen og Bjarte Paul Tjøstheim (2010) *Den relativt store boka om Radioresepsjonen*. Oslo: Aschehoug.
- Saussure, Ferdinand de (1970) *Kurs i allmän lingvistik*. Stockholm: Bo Cavefors Bokförlag.
- Språk i norden. Mediespråk* (2007) Oslo: Språknemndene i Norden.
- Svennevig, Jan (2009) *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. Oslo: Landslaget for norskundervisning/ Cappelen akademisk forlag
- Swales, John M. (1990) *Genre analysis. English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Syvertsen, Trine (2008) ”Kapittel 8. Kringkasting – institusjoner og historie”. I: *Medievitenskap. Medier – institusjoner og historie*. Martin Eide (red.), side 137–155. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tønnessen Elise Seip (1992) *Mening i medier. Medietekster i undervisningen*. Oslo: Landslaget for norskundervisning/ Cappelen akademisk forlag.
- Tønnesson, Johan L. (2002) (red.) *Den flerstemmige sakprosaen. Nye tekstanalyser*. Oslo: Fagbokforlaget. Landslaget for norskundervisning.
- Tønnesson, Johan L. (2002) ”Viktig melding: Lytt på radio! En analyse av ungdomsradio anno 2000” I: *Den flerstemmige sakprosaen. Nye tekstanalyser*. Johan L. Tønnesson (red.). Oslo: Fagbokforlaget. Landslaget for norskundervisning.
- Tønnesson, Johan L. (2004) *Tekst som partitur, eller Historievitenskap som kommunikasjon: Nærlesning av fire historietekster skrevet for ulike lesergrupper*. Det historisk-filosofiske fakultet, Universitetet i Oslo. Acta humaniora nr. 207. Oslo: Unipub.
- Tønnesson, Johan L. (2006): ”Modelleseren – en liten gave til historikerne?” I: *Fortid*, nr. 4. Side 43–51. Oslo: Universitetet i Oslo, Institutt for arkeologi, konservering og historiske studier. Også tilgjengelig online: http://www.fortid.no/fortid_web/fort0406.pdf
- Vagle, Wenche (1990) *Radiospråket – talt eller skrevet? Syntaktiske og pragmatiske tilnærminger i semiotisk perspektiv*. Oslo: Novus Forlag
- Veum, Aslaug (2008) *Avisas andlet. Førstesida som tekst og diskurs. Dagbladet 1925–1995*. Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo, Unipub.
- Ytreberg, Espen (1999) *Allmennkringkastingens autoritet. Endringer i NRK Fjernsynets tekstproduksjon 1987–1984*. Rapport nr. 35. Institutt for medier og kommunikasjon. Universitetet i Oslo.
- Ytreberg, Espen (2000) *Brede smil og spisse albuer. Hvordan fjernsynet overtaler*. Oslo: Aschehaug.

Ytreberg, Espen (2002) *Selvspill i radio. Mamarazzis ukonvensjonelle populærjournalistikk*. Oslo: Unipub forlag og forfatteren.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2006). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Åberg, Carin (1999) The radio as an auditive means of communication. Department of Journalism, Media and Communication. Stockholm University.

Åbrink, Håkan (1998) *Gomorrön Stockholm: radioprät som stil, genre och samtal med lyssnaren*. Tampere: Tammerfors universitet.

Kilder på Internett

Dagbladet (2007) URL: <http://www.kjendis.no/2007/10/17/515309.html> [Lesedato: 03.03.2011]

Dagbladet (2010a) URL:

http://www.dagbladet.no/2010/03/03/kultur/tv_og_medier/media/steinar_sagen/p3/10677929/ [Lesedato: 20.08.2010]

Dagbladet (2010b) URL:

http://www.dagbladet.no/2010/10/26/kultur/radioresepsjonen/radioresepsjonen_pa_tv/tore_sagen/steinar_sagen/14015382/ [Lesedato: 04.02.2011]

Dagbladet (2011) URL:

http://www.dagbladet.no/2011/01/31/kultur/tv_og_medier/radio/p3/radioresepsjonen/15260656/ [Lesedato: 04.02.2011]

E24 (2010) URL: <http://e24.no/media/knalltall-for-radioresepsjonen-paa-tv/3878411> [Lesedato: 15.05.2011]

NRK (2009a) URL: <http://www.nrk.no/informasjon/1.6511989> [Lesedato: 07.05.2011]

NRK (2009b) URL: http://m.nrk.no/m/artikkel.jsp?art_id=16908700 [Lesedato: 19.04.2011]

NRK (2010a) URL: http://www.nrk.no/informasjon/nyheter_om_nrk/1.7388985 [Lesedato: 05.05.2011]

NRK (2010b) URL: <http://nrkp3.no/radiosepsjonen/oneliners/> [Lesedato: 15.05.2011]

NRK (2010c) URL: <http://nrkp3.no/radiosepsjonen/billetter-til-radiosepsjonen-pa-tv-ute-for-salg/#comments> [Lesedato: 10.04.2011]

NRK (2010d) URL: <http://nrkp3.no/radiosepsjonen/oneliner-for-iphone/> [Lesedato:10.04.2011]

NRK (2010e) URL: <http://nrkp3.no/radiosepsjonen/bloopers---episode-3/> [Lesedato: 10.04.2011]

P3 (2010) URL: <http://p3.no/floden-varmet-menigheten/> [Lesedato: 05.05.2010]

Se her (2010) URL: <http://www.seher.no/854770/anmeldelse-radiosepsjonen> [Lesedato: 10.01.2011]

Skirbekk, Sigurd (2011) *Funksjonelle forklaringer*. Store norske leksikon, nettutgave. <http://www.snl.no/funksjonalisme/samfunnsvitenskap> [Lesedato 15.05.2011].

TNS Gallup (2010) URL: <http://www.tns-gallup.no/?did=9092623> [Lesedato: 25.11.2010]

Utdanningsdirektoratet (2006) URL: <http://www.udir.no/grep/Lareplan/?laereplanid=1100204&visning=5&sortering=2&kmsid=1100224> [Lesedato: 01.05.2011]

VG (2011) URL: <http://www.vg.no/rampelys/artikkel.php?artid=10028755> [Lesedato: 10.03.2011]

Andre kilder

Berge, Kjell Lars (2010) *Tekst og kommunikasjon*. Forelesning. Oslo: Institutt for lingvistiske og nordiske studier. 26.01.2010.

Den relativt store DVDen om Radiosepsjonen (2010) Regi: Vidar Jisdal. Walt Disney Studios Home Entertainment.

Vedlegg

Vedlegg 1: Transkripsjonsnøkkel

(Inspirert av Svennevig 2009)

(hardt linjeskift)	Ny intonasjonsenhet
&	Intonasjonsenhet fortsetter på neste linje
. (punktum)	Hevdende intonasjonskontur
?	Spørrende intonasjonskultur
(.)	Kort pause (under 0,3 sekunder)
(..)	Mellomlang pause (0,3–0,6 sekunder)
(...)	Lengre pause (målt i tidels sekunder)
=	Ytringer som hører sammen, men som blir avbrutt av andre
ord [ord]	Overlappende tale
[ord] ord	(doble klammer ([[ord]]) ved flere nærliggende tilfeller)
@	Fnising
@@	Latter
@@@	Markant latter
”ord”	Direkte tale
(ord)	Ikke-språklig handling
((ord))	Kommentar til transkripsjonen

Vedlegg 2: Teksteksempler

Teksteksempel 1

Radioresepsjonen 2/12-09 (1:29–2:13⁴⁹)

Tore: Det er sikkert akkurat dette folk som betaler over 2000 kroner i lisens trenger å høre. At det trekker på NRK=
Bjarte: @
Tore: = altså at vi rett og slett fyrer for kråkene her oppe. Og det er jo selvfølgelig grunn til at vi [lagt på]
Steinar: [Hadde] vi enda fyrt for kråkene, så hadde det ikke trekki på rompa, hadde det det?
Tore: Nei, men hvis du trekker på rompa så er det stor sannsynlighet for at du også fyrer for kråkene.
Steinar: Å ja, sånn ja. At det lekker, ja.
Tore: Det lekker [ja]
Steinar: [Ja] Ja
Tore: NRK lekker, dessverre⁵⁰
Bjarte: [@@]
Steinar: [Har] gjort det i mange år.
Tore: Jada.
Steinar: Men, ikke snakk om lisensen, Tore. Da blir folk så
Tore: Omforlatelse, jeg trakk i salaten nok en gang sånn som jeg så ofte gjør.
Steinar: [Ja@]
Bjarte: [@]
Steinar: Men det er jo sånn, jeg merker at noen ganger når jeg er kald på rompeballene, jeg vet ikke om dere gjenkjenner dette=
Bjarte: Jo
Steinar: = for det kje, det skjer jo for eksempel at man setter seg på en benk, også blir man kald (.) eh på rompeballene=
Bjarte: Mm
Steinar: = og får sånn iboende kulde i hele kroppen når man er kald på rompeballene. [Også]=
Bjarte [eg]
Steinar: = tar man seg kanskje litt på rompa også inne mot huden. Så tenker man, "dæven, jeg er iskald på rompa, hva er det som skjer med meg?".

⁴⁹ Tidsanslagene tar utgangspunkt i den vedlagte cd-platen der programmene er tatt opp *uten* musikk. I den detaljerte formatbeskrivelsen på side xx tar tidsanslagene utgangspunkt i programmene *med* musikk.

⁵⁰ Den uthevede teksten markerer teksteksempler som er med i analysedelen av oppgaven.

Teksteksempel 2

Radioresepsjonen 30/11-09 (10:26–11:08)

((musikk avslutter))

- Steinar:** Meet me at the Iqvinox, Eqvinox.
Det uttales litt forskjellig i hvor man befinner seg i verden altså.
Hvis man er i USA så er det én ting, også ja, bør ikke.
Meet me at the Eqvinox heter'n.
- Bjarte:** Det er litt sånn med sånn potato, poteto, potato og.
Det er litt sånn forskjellig fra=
- Steinar:** Ja helt riktig.
- Bjarte:** = man er. Ja. Mmm.
- Steinar:** Veldig.
Kan du synge sangen?
- Bjarte:** Hmm @ [Nei]
- Tore:** [Vær] så snill a.
- Bjarte:** Eg kan ikkje@
- Tore:** Det hadde vært så hyggelig for [både]
- Steinar:** [Some] say tometo, some say tomato.
Potato, dududu (synger). Er'n ikke sånn a?
- Bjarte:** [Jo]
- Steinar:** [Tomato] tometo, tomato, tometo, tamato, [dadadada]
- Tore:** [dadadada]
- Steinar:** Ja.
- Tore:** Du er ganske sprø=
- ((det knipses))
- Tore:** = når du finner på en sånn type [låt]
- Steinar:** [ja]
- Bjarte:** [@@]
- Steinar:** [Vet du] hva, det er en av de sprøeste låtene jeg kan. Faktisk.
Altså om hvordan man uttaler ting forskjellig steder i [verden]
- Bjarte:** [ja]
- Tore:** Ja. Det høres ut som en barnesang, men det var vel ikke opprinnelig ment som det.
- Steinar:** Nei, var jo egentlig ikke det. Var vel [fra]
- Tore:** [kanskje] var ment i en film eller sånn.
- Bjarte:** Ja, lurer på om det er noe sånn [musikalgreier]
- Steinar:** [ja et eller annet]
- Tore:** Jøss.

Teksteksempel 3

Radioresepsjonen 1/12-09 (0:18–0:52)

((Radioresepsjonens åpningsmelodi))

Tore: Æuuuuu!!!

Steinar: Arrriba (ruller på r-en)

Bjarte: Yayayaya!

Steinar: Jace Ewerett ga deg Bad Things fra TV-serien True Blood i Radioresepsjonen på NRK P3. Tore Sagen, Tjo bing!

Tore: Tjo Bing til deg.

Steinar: Tjo Bing til deg, Tjøstheim.

Bjarte: Tjo Bing, Basse.

Steinar: Takk for det, takk for det.

I dag så er det jo SUUUPERTIRSDAG!

Bjarte: Yes!

Steinar: (hvisker) Supertirsdag.

Tore: Supertirsdag.

Steinar: Si det med litt mer innlevelse, Tore.

Tore: Eh, jeg vil [ikke]

Steinar: [bittelitte grann]

Tore: Supertirsdag ((fortsatt lite innlevelse))

Steinar: Eh, litt, altså, gjør til stemmen littegrann.

Tore: Supertirsdag ((noe mer innlevelse))

Steinar: Ja, kjempebra.

Bjarte: @@

Steinar: Kjempebra. Veldig fint.

Teksteksempel 4

Radioresepsjonen 2/12-09 (54:22–55:03)

((Sjokkmaskinen settes i gang. Piper mens den teller ned))

Steinar: Eh, vi takker også for alle som har sendt inn tekstmeldinger og [e-poster]

Tore: [nå får jeg'n]

Steinar: Det=

Bjarte: Nei, jeg [tror eg får han i dag]

Steinar: [Mye av programmet] vårt er jo bygget [opp på det]

Bjarte: [eg orker ikkje]

Tore: Det er jeg som får den.

Bjarte: Eg orker ikkje (...)

((Stille mens sjokkmaskinen piper))

Tore: Nei, jeg får den jeg. Det er jeg som får den.

Steinar: Æhhh!! [Dededede!]

Tore: [Åh@@@]

Bjarte: [@@@]

Tore: [Skikkelig] karamell [@@@]

Bjarte: [@@@]

Steinar: [@@@]

Bjarte: Friskt og godt batteri i den da.
 Steinar: [Friskt og godt batteri]
 Tore: [Friskt og godt batteri]
 Bjarte: @@
 Tore: Ja, er det nok kuler i geværet i dag a?
 For i går så var det manko på kuler.
 Bjarte: Ja, vi skylder vel han en ekstra kule og.
 Tore: Jeg skylder vel han (.) ja.
 Jeg skyter deg i,
 er det en ekstra lapp du har på buksa di eller er det design?
 Steinar: Det er design.
 Tore: Ja, okej=
 Bjarte: @
 Tore: = så det har ikke blitt hølt i'n (skyter)
 Steinar: Åuoohhh [@@@] (skriker)
 Tore: [@@@]
 Bjarte: [@@@]

Teksteksempel 5

Radioresepsjonen 3/12-09 (22:19–22:51)

Bjarte: Eh. Og da skal jeg ta en fra en @ dame eller mann som kaller,
 har litt sånn morsomt ordspill, rumpetaske-ordspill.
 Steinar: Vær så god.
Bjarte: Ana L. Eh. [Det var ikke]
Tore: [Jeg synes ikke] det fungerer.
Steinar: Er DET gøy?
Bjarte: Nei, det var ikkje gøy.
Steinar: Nei.
Bjarte: Eg vet eg burde droppa det.
 Steinar: Ja.
 Tore: Du har sagt Ana, så tenkte sånn
 ”jøss, det er en søt jente som har sendt en tekstmelding”, tenkte [jeg]
 Bjarte: [Ja]
 ((Leser opp)) ”Det beste for kroppen er fem om dagen og sex om natten”
 Steinar: Typisk [Ana]
 Bjarte: [Ja@]
 Tore: Hvor godt sagt er det igjen?
 Bjarte: Det er ganske godt sagt for det.
 Eh, det er både sunt og kult. Eller.
 Tore: Synes du det er kult? Synes du sex er kult? (.)
 Bjarte: Ja.
 Steinar: @
 Bjarte: Tøft.
 Steinar: Ja, det er ganske hipt. Sex er hipt.
 Bjarte: Ja@

Teksteksempel 6

Radioresepsjonen 2/12-09 (3:33–4:14)

Steinar: Radioresepsjonen er altså godt i gang
Og (.) vi skal holde på fram til klokka blir tolv.
Altså en to timers festsending.
Eh, for det er jo tips og triks spalten i dag=

Bjarte: Yes!

Steinar: = og det er jo en av de aller, aller beste spaltene.

Tore: Ja, hvis jeg skulle rangere,
så kommer den på en god andre plass=

Steinar: Ja.

Tore: = det er ikke tvil om.

**Steinar: Okey.
Og førsteplassen er?**

Tore: Nei, der har jeg selvsagt postkassen.

Bjarte: Postkassen

Steinar: Postkassen.

Bjarte: Eg og har postkassen=

Tore: Postkassen

Steinar: Postkassen@

Bjarte: = på førsteplass@

Steinar: Den har jeg på tredje plass jeg

Tore: Jøss! Hva har du på første og andre?

Steinar: Eh, det vil jeg ikke si.
Det er hemmelig.

Tore: Ah, kom igjen a kis. Si [det]

Steinar: [Første] har jeg tips og triks
Det sa jeg jo.

Tore: Ja, det er riktig.

Steinar: Fun fact på andre.

Tore: Så på andre plass
ja akkurat.

Bjarte: Mm.

Steinar: Så postkassen på [tredje]

Tore: [Så @]

Bjarte: Postkassen

Tore: Postkassen
Men kommer godt sagt helt ned på siste?

Steinar: Eh, nei.
Den er på delt tredje plass.

Tore: Ja, okej. Så du slipper det.

Teksteksempel 7

Radioresepsjonen 2/12-09 (5:33–6:19)

Steinar: Ja, kan jo si det (.) på den måten.
Hva har skjedd i løpet av de siste tjuefire timer,
Tore Sagen, du skal få lov til å begynne.

Tore: Ja, jeg spiste rester fra mandagens mat.

Bjarte: (knipser)

Tore: [@]

Bjarte: [@]

Steinar: Er det,
kan vi prøve å posjonere knipsingen litt utover
til det er noe som er imponerende?

Bjarte: @

Tore: Dette var ikke [særlig]

Steinar: [Er] det, er det ålright?

Bjarte: @ Jo, det er okej @

Steinar: Kan'ke knipse for alt liksom.

Bjarte: [Nei]

Tore: [Nei] dette var ikke særlig imponerende.

Steinar: Du spiste restemat.

Tore: Ja, også prøvde jeg å laste ned noen fjernsynsserier illegalt.
Men lyktes ikke i forsøket.

Steinar: Hvorfor ikke det?

Tore: Jeg vet ikke.
Eh, det ville seg bare ikke denne gangen.
Kanskje det er slik at man går mot den illegale nedlastings slutt=

Steinar: [Nei]

Tore: = [eller] at det nærmer seg Ragnarokk for illegal nedlasting.

Steinar: @ Å nei.

Tore: Ja, vertfall er vi i skjærsilden på en eller annen måte.

Steinar: [Ja]

Tore: [Men] @
Jeg fikk det altså ikke til=

Steinar: Nei

Tore: = og ble derfor liggende å lese og vente på at neste dag skulle komme=

Steinar: Ja

Tore: = så jeg kunne komme på arbeid
og fortelle om at jeg ikke hadde gjort noe særlig dagen før.

Teksteksempel 8

Radioresepsjonen 3/12-09 (57:11–58:13)

((musikk avsluttes))

Steinar: Røyksopp med Robyn og låta heter The Girl and the Robot ((med glad stemme))

Bjarte: Og Basse er så glad nå fordi at du som hører på, dere som hører på, har bestemt at det er Tore Sagen som skal [skytes]=

Steinar: [mm]

Bjarte: = med eh, masseskuddsmodus.

Tore: Jeg tenker hvis, hvis Radioresepsjonen hadde vært bygd opp slik at alle programlederne skulle bli stemt fram av lytterne så ville jeg aldri fått denne [jobben]=

Bjarte: [@]

Tore: = i utgangspunktet for jeg gjør det veldig dårlig i folkeavstemninger.

Steinar: @ Men det kan jo være en idé å slutte å si at du hater alle lytterne og familiene deres

Tore: Jeg hater jo alle lytterne og deres familier. [De som ikke stemmer]

Steinar: [Du gjør jo ikke det]

Tore: Jeg gjør jo det.

Steinar: Nei (.) Du gjør jo ikke det.

Tore: Jeg vil jo, jeg ønsker jo akkurat nå i affekt å drepe alle de som ikke stemte på meg. Eller.

Steinar: Hvor lenge varer den affekten din egentlig?

Bjarte: @@

Steinar: Du hater [lytterne og familiene deres]

Tore: [Kvarter, tjue minutter]

Jeg vil drepe familiene, barna deres først og fremst.

Steinar: Nei, Tore. Ikke, dette er affekt som du sier.

Tore: Ja, jeg sier det er affekt, [men jeg sier]

Steinar: [ikke hør på Tore]

Tore er egentlig veldig varm og hyggelig person.

Bjarte: Ja, ja, [ja]

Tore: [jeg] er ikke så varm.

Jeg er under gjennomsnittet.

Bjarte: Du er halvvarm.

Steinar: Du er en hyggelig person.

Bjarte: [Halvvarm]

Tore: [Hyggelig] person er jeg.

Bjarte: Ja@

Steinar: Hyggelig person, men ikke så varm da. Greit.

Men du skal vertfall skytes.

Det er så å si nittini prosent av de som har sendt inn som, som ønsker dette og da skal vi selvfølgelig følge deres ønske.

Teksteksempel 9

Radioresepsjonen 1/12-09 (9:15–10:00)

Steinar: Bjarte Paul Tjøstheim, blueshirt
Bjarte: Ja, i dag så.
Nei, i går meiner eg.
Snakke om det som skjedde i går eg

Steinar: Ja.
Bjarte: **Eh, da spiste eg sushi, også så eg på ein dvd-film som heter Public enemy**
Tore: **Jøss [den]=**
Bjarte: **[som]**
Tore: **= har jeg sett**
Steinar: **Public enemys eller?**
Bjarte: **Er det enemys han heter ja?**
Tore: **Ja, det er nok det.**
Steinar: **Flertallsfiender**
Bjarte: **Flertallsfiender [ja]**
Steinar: **[Public] enemy er jo rapgruppen fra 80-tallet**
Bjarte: Å ja, okey
nei, det var den Michael Mann-filmen med Johnny Depp i hovedrollen eg så på da
[en sånn]

Tore: [Johnny Deppy]
Bjarte: Johnny Deppy @
Tore: Ja
Bjarte: Med, med, eh. Det var ikke så kjempegøy [film]
Steinar: [Nei] den er ikke så kul altså

Tore: Neei
Bjarte: Fy søren, Michael Mann
[Du må skjerpe deg]

Tore: [Vi er jo Michael Mann-fans]
Bjarte: Ja, ikke sant
Steinar: Mm
Bjarte: Ja
Tore: Men det var bra skytelyder som jo er hans spesialitet.
La du merke til hvor gode skytelyder det [var]?
Bjarte: [Ja] det gjorde eg. Det gjorde eg.
På Heat var det jo enda bedre skyting

Tore: Ja, men det er fra en annen tid [altså]=
Bjarte: [okey]
Tore: = du kjenner ikke våpnene fra, fra 50-, 60-tallet
du må kjenne våpnene, ikke sant

Teksteksempel 10

Radioresepsjonen 30/11-09 (57:44–58:34)

Steinar: Eh, det stemmer.
Eh, vi skal vel ikke gjøre så mye mer enn å,
å stikke fingerne våre inn i sjokkmaskinen som
((sjokkmaskinen settes i gang og piper mens den teller ned))

Tore: Den har jo små kahytter som man putter fingerne inn i,
sånn at man ikke kan se hverandres fingre.
I hvert fall ikke den ytterste tuppen.

Steinar: Er det et poeng at man ikke kan se hverandres fingre [egentlig]?
Bjarte: [@]

Tore: Egentlig helt unødvendig spør du meg.

Bjarte: Æuu! [I dag]

Tore: [jaa]

Bjarte: Det er noe galt med den sjokkmaskinen.

Tore: Det er år og [dag]

Steinar: [ahaha]

Tore: = siden jeg har blitt straffet i Radioresepsjonen og det er [jeg lykkelig for]

Bjarte: [Jeg blir skutt hver dag]

Tore: Du blir ikke skutt hver dag.

Bjarte: Okey. Kom igjen.

Tore: Så moderne bukser du har. Det er sånne [ferdiglagde hull og sånt]

Steinar: [Ikke kommander meg]

Ikke kommander meg

Bjarte: @ (..)

Steinar: Er det ny bukse nå igjen eller?

Bjarte: Nei, ja, ja

Steinar: Du [kjøper]

Bjarte: [æuæuæu] ((blir skutt))

Tore: Fy søren

Bjarte: Shit! Shit!

Tore: FYYY SØDER!

Bjarte: [Åhhh]

Tore: [FY SØDER @]

Steinar: Takk for at du hørte på Radioresepsjonen i dag ((knipsing i bakgrunnen))
Hør på Sexy etter oss direkte fra Bergen med Toto og Tarjei ((bakgrunnsmusikk))
Også er det Popsalongen etter det.
Også er det Osenbanden også (.)
er det kveld.

Tore: Morna!

Bjarte: [Hadet]

Steinar: [Hadet]

Teksteksempel 11

Radioresepsjonen 3/12-09 (2:47–3:17)

- Steinar: Den eneste gangen jeg har sett på fotballkamper er når det har sagt ping og det begynner å bli noen år siden ((knipsing i bakgrunnen))
- Tore: Ja.
- Steinar: **Ja. Eh, vi skal i dagens sending gjennom en del punkter som dere sikkert vet, dere som har hørt på oss en stund (.)**
Til dere som aldri har hørt på oss før og er første gang, altså har jomfruturen med Radioresepsjonen i dag, [så]=
- Tore: [@@]
- Steinar: **så velkommen aller først.**
Og, vi skal veilede deg gjennom disse to timene.
- Tore: Ja, nå må vi tenke litt på at i dag tror jeg det er mye nye lyttere [så]=
- Steinar: [ja]
- Tore: = det er litt viktig å være tydelig i forhold til faste spalter og så videre=
- Steinar: Mm
- Tore: = som vi pleier å ha som de vanlige lytterne er kjent med og ikke trenger [noe]
- Steinar: [mm]
- Tore: = informasjon rundt.

Teksteksempel 12

Radioresepsjonen 2/12-09 (9:38–10:11)

- Steinar: Okey (.)
Eh, personlig, spiste,
jeg spiste pizza i går jeg og.
- Tore: NEEI!!
- Steinar: JO!!!
- Bjarte: **Og vi skal ikkje knipse?**
- Steinar: **Eh, nei det [er ikke knipsbart]**
- Tore: [Nei, det synes jeg ikke]
- Steinar: **Eh, men det var nydelig pizza på pizzarestaurant, den beste i Oslo.**
- Tore: **Jøss. Peppes? @**
- Steinar: [Nei]=
- Bjarte: [@@]
- Steinar: = det er den verste i Oslo.
- Tore: **Ja, stemmer det. Stemmer det.**
Jeg blander.
- Steinar: **Du blander verst og best.**
- Tore: **Ja, det jeg mener er at de har det beste interiøret.**
For jeg elsker å se gamle åker og bøtter i, lagd av tre.
- Steinar: Symaskiner fra attenhundretallet [som er klistret opp]
- Bjarte: [Ja, det er kjempekult]

Teksteksempel 13

Radioresepsjonen 2/12-09 (52:52–53.35)

Steinar: Ja, til dere som (.)
fikk noe ut av det,
så hør det gjerne igjen og tolk for dere selv.
Ikke la disse to jentene styre dere i feil retning.

Tore: Ja, og har du ris så si det til oss og har du ros så si det til andre.

Bjarte: @

Steinar: Du kan ikke, hvordan skal du rise et dikt? =

Bjarte: @

Steinar: = det går ikke an det.

Tore: Nei, det er lov å rise et dikt altså.

**Bjarte: Du kunne sagt drittdikt liksom.
[Men at]=**

Tore: [ja, det går]

**Bjarte: = det gjør ikkje eg her nå.
Eg synes at det var fint.**

**Tore: Si det til oss altså.
Det er bedre enn at vi får dårlig rykte på oss.**

Steinar: Spank my poem.

Bjarte: @

Tore: Ja.

Bjarte: Eh, terningkast?

Tore: Jeg gir det en, en helt vanlig treer.

Steinar: En treer, ja, men det er jeg vant til det.

**Bjarte: Nei, du får en,
du får en STERK firer av meg.**

Steinar: Åh! [Så hyggelig]

Tore: [Du er så altfor] gavmild! Altfor snill.

Steinar: [Nei]

Bjarte: [Nei] nei, nei! Eg meiner, Basse.
Eg meiner det.
Tror du, eg gjør det ikkje bare for å være [hyggelig]

Steinar: [Kanskje]

Har du tenkt på kanskje det er du som er litt for streng.

Tore: Er kanskje [det]=

Bjarte: [@]

Tore: = aldri tenkt på faktisk.

Steinar: Kan godt hende (.)
Eh, takk for meg ((musikk starter i bakgrunnen))
Jeg heter Steinar Sagen.
Dette er Sivert Høyem og Moonlanding.

Teksteksempel 14

Radioresepsjonen 3/12-09 (2:08–2:32)

- Steinar: Men Aftenposten får vel støtte de også?
Tore: Ja, det er mulig de får noen kroner, men ikke i så stor grad som de [andre]=
Steinar: [nei]
Tore: = som bare lever utelukkende med sugerøret ned i statskassa,
der er det ikke mye gladhistorier for å [si det sånn]
Steinar: [Den er grei]
Den er [grei]
Bjarte: [@@]
Steinar: Skal jeg begynne å gjøre (.)
Bjarte Paul Tjøstheim!
Bjarte: Hei til deg, Basse.
Steinar: Hei til deg.
Bjarte: Hei.
Steinar: Eh, du har det alright du?
Bjarte: Ja, jeg har det.
Steinar: Mm.
Bjarte: Ganske bra i dag.
Steinar: Ja.
Bjarte: Ja.
Steinar: Ingen dype daler, ingen høye topper?
Bjarte: Em-nei, mer en høy topp enn en dyp dal i dag [må eg si]
Tore: [Jøss]
Bjarte: Ja, eg føler meg ganske okey altså.

Teksteksempel 15

Radioresepsjonen 1/12-09 (20:07–20:34)

- Steinar: Ja. Det er greit.
Men har dere noen gode funfacts?
Dere må jo ha klart å spa opp det.
Bjarte: Tore har spadd opp ein.
Tore: Om jeg har spadd opp, ja.
Det, jeg skal ta en [funfact som kommer her]=
Bjarte: [@@]
Tore: = fra Spjæling
Bjarte: Hei Spjæling!
Steinar: Hallå Spjæling! Du kan ikke være tjukk.
Tore: Nei, han heter egentlig Erling.
Steinar: Erling, spjæling.
Tore: Han @ skriver:
"Visste dere at dersom man krymper jorda ned til størrelsen på en biljardkule=
Steinar: Mm.
Tore: = vil jordklodens overflate være jevnere enn overflata på biljardkulen".
Og det er ganske jevnt altså.

Teksteksempel 16

Radioresepsjonen 3/12-09 (26:28–27:51)

- Bjarte: Eh, dette er et arabisk ordtak=
Tore: Jøss
Bjarte: = som går slik: ((leser))
En hær av sauer ledet av en løve vil slå en hær eh, løver ledet av en sau.
- Steinar: Ja, nettopp.
Bjarte: Jo, det tror, det har eg tro på at [det]
Tore: [HÆR] av sauer.
Hva er det for noe da?
- Bjarte: Jo, men greia. Ja, men det eg tror at det betyr det er det at om du=
Steinar: Det virker ikke så sannsynlig mener du.
Bjarte: = om du er en gjeng med dåsemikler som har en kjempebra leder som vet hvor vi skal hen og vil ut og slåss=
Steinar: Mm
Bjarte: = så vil det gå mye bedre om du har, har en, en, en.
Ja, skjønner du?
- Steinar: Men, kan man ikke bare si rett ut da en hær av dåsemikler?
Ikke gå veien om, eh sauer.
- Tore: Men det er ikke sikkert dåsemikkel er et ord som finnes i
Steinar: [på arabisk]
Tore: [på] arabisk nei.
Bjarte: Nei@
Steinar: Jeg tror araberne har opp til fjorten ord for dåsemikkel.
Tore: Jøss. Det skulle ikke overraske meg for å si det sånn.
Men jeg vil nå tro at det handler om at (.) denne hæren av sauer=
Bjarte: Mm.
Tore: = de, da tør ikke løvene angripe alle de sauene fordi vi snakker om intern splid her.
Mens hvis du har da bare en (.) en hel haug med løver og en sau som leder de så vil jo de bare løpe etter den sauene og ikke få slått den andre hæren.
Det blir intern splid. Tror du ikke det handler om det da?
- Bjarte: Okey. Ja, men jeg føler du tok det litt for bokstavelig da.
At du tok det, at det er sauar og løver.**
- Tore: Ja, men det står jo SAUER**
- Bjarte: JA, MEN DET ER JO BARE ET EKSEMPEL DA (roper)**
- Tore: men du [kan jo ikke ha]
Bjarte: [dåsemikler] dåsemikler, da. Eller tenk på soldater da!
Tore: Ja, nei men [[la oss si da]]
Bjarte: [[Du ser en hær]]
Tore: Hvis du bruker dåsemikler som metafor så ville jeg forstå det.
For [det er ingen soldater som]=
Steinar: [jenter, jenter]
Tore: = vil spise opp dåsemikler.
Steinar: Jenter, nå. Det er veldig mye hyggeligere for lytterne hvis dere kan være venner.

Teksteksempel 17

Radioresepsjonen 30/11-09 (20:53–21:25)

Bjarte: Eg likte denne bedre eg.
Enn den [forrige]

Steinar: [Ja] jeg likte den [bedre altså]

Bjarte: [ja]

Tore: Jeg likte den også bedre assa

**Bjarte: Eg gir den søttitre,
søttifire faktisk
[Søttifire rr-er]**

Tore: [Søttitre søttifire]

Steinar: Søttifire da@

Bjarte: Eg går for søttifire.

Tore: Ja, jeg gir den søtti jeg.

**Steinar: Ja, okey.
Eh, jeg gir den søtti jeg også faktisk.**

Tore: [Samme som meg]

Steinar: [Vi er veldig]
ganske samkjørte [i dag]

Bjarte: [Ja] ganske samkjørte i dag

Steinar: Det var vi på den andre også.

Tore: Det sier jo litt om at dette er en troverdig og objektiv øltest.

Steinar: Ja. Den er jo objektiv.
Vi har ikke noe eierskap i Atna bryggeriene.

Tore: I hvert fall ikke som du vet om.

Steinar: Å ja? Sier du?

Tore: Kanskje jeg har det.

Bjarte: ((utydelig))@

Steinar: Hvis du har eierskap i Atna bryggeriet
Så er det jo rart at du bare ga søttifire synes jeg.

Teksteksempel 18

Radioresepsjonen 2/12-09 (0:20–1:00)

Tore: Æwww!

Bjarte: Rojk!!

Steinar: The crooked vultures eller Them crooked vultures og New Thing i Radioresepsjonen.
Jaa!

Bjarte: Ja, hei til [deg]

Steinar: [En] skikkelig sprutstart på programmet i dag, Bjarte.

Bjarte: [@@]

Tore: [Åh, sprutstart] er det absolutt beste man kan ha av [starter]

Steinar: [Ja]

Det er norsk,
norske betegnelsen på kickstart,
er det ikke det?

Sprutstart.

Bjarte: Jo.

Tore: Jøss, er det det?

Steinar: Ja, det er det.

Eh, Bjarte Paul, du ropte i begynnelsen av programmet.

Bjarte: Ja, det [var]

Steinar: [Betyr] det at du er glad?

Bjarte: Ja, eg er kjempeglad.

[Kjempeglad]

Steinar: [Ja]

så hadde du hatt hale så hadde du logret voldsomt nå.

Bjarte: Mm@ Det hadde eg.

Steinar: Mm.

Bjarte: Men samtidig så har eg en liten bekymring=

Steinar: Ja

Steinar: = og det er fordi at du Basse du har på deg skjerf i dag=

Steinar: Ja.

Bjarte: = forrige gang du hadde skjerf på deg så var du borte i en uke.

Steinar: @@ Ja.

Bjarte: Det må ikkje skje igjen.

Teksteksempel 19

Radioresepsjonen 2/12-09 (51:45–52:18)

Tore: Jøss.

Bjarte: Fy søøøøder.

Tore: Det handler jo om Jungelboken.

Det [handler om Baghera]

Steinar: [er litt jungel]

altså panteren Baghera.

Steinar: Ja, fordi man (.)

ikke sant, man (.)

jeg kan forklare [litt]

Bjarte: [Eg] ja eg tenkte,

Bare hvis eg får tolke det først da=

Steinar: Ja, gjør det

((utydelig))

Bjarte: = ja, men før du sier fasit liksom.

Jeg bare tenkte du så på,

så på Baghera som Gud et øyeblikk der tenkte eg.

Steinar: Okej.

Tore: Da vil jeg si, jeg tror kanskje at det handler om deg og at du er Mowgli.

Er du Mowgli?

Steinar: @ Ja, jeg er Mowgli.

Tore: Du er den lille gutten og du vil at,

du er du sint på Baghera fordi han ikke passer godt nok på deg.

Teksteksempel 20

Radioresepsjonen 1/12-09 (7:01–7:53)

Steinar: Eh, vi (.) skal snakke litt om hva som har skjedd i løpet av de siste 24 timer eh, og er det noen som har noe helt fabelaktig å fortelle?

Tore: Nei jeg har ikke det, men jeg begynner gjerne likevel

Steinar: [Ja vel]

Tore: [Kanskje] bra sånn dramaturgisk sett

Steinar: Nja, okey

Tore: Jeg kan fortelle at jeg, jeg spiste spaghetti

Bjarte: (knipser) Hrrr, hrr, hrr

Tore: Også løste jeg kryssord etterpå

Bjarte: [hrr, hrr, hrr]

Steinar: [@]

Tore: Spaghetti og kryssord

Steinar: Oi, oi, oi

Tore: Og det var stort sett det jeg gjorde

Steinar: Var det carbonara eller bolognese?

Tore: Eh, det var vel en slags bolognese@

Steinar: [Bolognese]

Bjarte: [@@]

Tore: Kan du godt si

Steinar: Mm

Tore: Vil ikke, jeg, det er noe jeg har funnet på selv, så jeg vil ikke karak, kategorisere den som [en]

Bjarte: [Vil] du si at det var restemiddag bare.
Er det dette [du antyder]

Tore: [Ja, det er] det italienerne vil at det skal være=

Bjarte: Ja

Tore: = alt skal være restemiddag, alt det gode som de har laget der nede
Alt er bare rester, rester [rester]

Steinar: [nei]

Tore: Hva er det de spiste egentlig før det ble [rester]

Steinar: [men]

Men det er tomatbasert

Tore: Absolutt

Steinar: Tomatbasert, ja. Men [så]

Tore: [Men] det er jo lasagne også.
Det er [også en restemat]

Bjarte: [@]

Teksteksempel 21

Radioresepsjonen 30/11-09 (30:09–31:23)

- Tore: Ja, skal vi se. Skal jeg scrolle litt her (.)
Jo! Det er en som heter Ingjerd.
- Steinar: [Hei Ingjerd]
- Bjarte: [Hei Ingjerd]
- Tore: Det er jente ikke sant?
- Bjarte: Ja, det er [det]
- Tore: [Jeg] går ut fra det.
- Bjarte: Ja, det er det.
- Tore: Det er med norsk, at det er veldig mange navn som glir over i hverandre, som kan høres litt maskuline ut selv om det er kjerringnavn og omvendt
- Steinar: Jentenavn ((lavt))
- Tore: Jeg tar dette (leser opp)**
"Bør jeg slutte i skolekorpset?
Jeg har spilt kornett i sikkert sju år og kun være med i natur og ungdom"
altså hun skal droppe skolekorpset og bare være i natur og ungdom=
- Steinar: Mm**
- Tore: = "eller bør jeg bli enda mer nerdete og begynne å bruke all min fritid på living"**
altså live-rollespill
- Steinar: Det her, det er tre litt sånn, hva skal jeg**
i mitt liv så ville jeg på en måte droppet alt, men
- Bjarte: [@]**
- Tore: [Hvis] jeg skal si da, for å rendyrke stilen din=**
- Steinar: Mm**
- Tore: = så er det du gjør feil er å være med i skolekorpset=**
- Steinar: Mm
- Tore: = for en ekte natur og ungdom
med skikkelig dreads og sånn hempveske=
- Steinar: Mm
- Tore: = de driver ikke med skolekorps
- Steinar: Nei, de driver [med live]
- Tore: [det er for] ryddig for de,
de driver med live, også er de medlem av natur og ungdom,
så stemmer de SV [når de kommer så langt]
- Bjarte: [Men her er jeg littegrann] uenig
for at her må man tenke på "hva skal jeg gjøre med min framtid"
hvis du har tenkt at "eg skal kanskje bli en popmusiker"
eller musiker seinere i, eller jazzmusiker kanskje i, i
når du spiller kornett eller noe [sånn]=
- Steinar: [mm]
- Bjarte: = så bør du ikkje slutte i korps da
for der lærer jo, eller holder du på med noter og all slags sånne ting
- Steinar: Men jazz, det å være jazzmusiker og miljøverner, det er ikke forenelig er det det?
- Tore: Jeg er enig ass

Teksteksempel 22

Radioresepsjonen på TV episode 8 (7:28–8:23)

- Bjarte: Ja, nettopp.
Men det som skjer er at etter hver samtale
Eller på slutten av samtalen når vi ikkje har mer å snakke om,
så kommer alltid den samme refrenget at,
"kler du nok på deg da? Har du lue på deg når du går ut?" og
- Steinar: Mm.
- Bjarte: "Har du tjukke nok sko og"
- Tore: Samme gamle regla.
- Bjarte: Samme gamle regla, ja.
- Steinar: Samme gamle refrenget som du sa.
- Tore: Refrenget, [ja]
- Bjarte: [Eller] regle eller refreng uansett.
- Steinar: Ja.
- Tore: Samma det.
- Bjarte: Men uansett så hadde eg tenkt da, hvis min mor ser på nå (ser i kamera)
Som ja, eg vet at hun gjør.
Hei til deg (Tore vinker).
Eg har bare tatt med et bildebevis for å bevise da at eg faktisk kler nok på meg=**
- Steinar: Ja**
- Bjarte: = når eg går ut. Se på dette (knipser én gang).
((bilde av Bjarte vises på en stor skjerm i studio))
((latter fra publikum i studio))**
- Steinar: Der@
- Tore: Men det er på gjørs.
Driver du gjøn med morra di?
- Bjarte: @
- Tore: Kødder du med morra di?
- Bjarte: Eg kødder kanskje med mor mi.
- Steinar: [Ja, du gjør det]
- Bjarte: [For å være helt] ærlig, ja.
- Steinar: Mamma, jeg kler på meg, se på dette bildet.
- Tore: Har du endelig kommet i trassalderen?
- Bjarte: @ Endelig, ja faktisk.
- Tore: Ja.
- Bjarte: Ja ja.
- Steinar: Men, hvor mange lag klær er det du har på deg her?
- Bjarte: Jeg har tatt på meg alle mine klær også har jeg vel dine klær heilt ytterst da@
((latter fra publikum i studio))
- Steinar: Så utrolig fett.
Ja, jeg kjenner igjen den utrolig kule brune jakka der
- Tore: [@@]
- Bjarte: [@@]
((latter fra publikum i studio))

Teksteksempel 23

Radioresepsjonen på TV episode 8 (2:55–3:49)

- Steinar: Har dere kommet i julestemning enda jenter?
Tore: Øh, jeg har det men jeg synes at julepynt er så stygt, så jeg synes at jeg kommer i julestemning, men jeg synes fortsatt det er veldig stygt.
- Steinar: Okej=
((svak latter fra publikum i studio))
- Steinar: = du synes det er koselig her med (peker på adventskransen)
Tore: Faktisk så synes jeg ikke det ser så innmari fint ut
Steinar: Nei. Men det er en tradisjon, ikke [sant]
Tore: [Det] vet jeg
- Steinar: Ja
Tore: Det vet jeg
- Bjarte: Når du får skikkelig fyr på staken da er det julestemning synes eg.
((latter fra publikum i studio))**
- Bjarte: @**
- Tore: (slår Bjarte) Du er morsommere enn de aller fleste du (ironisk toneleie).**
- Steinar: Jeg har lyst til å kaste en blyant på deg, men det skal jeg ikke gjøre.**
- Bjarte: Nei.
- Steinar: Eh, vi, jeg er vertfall i kjempegod julestemning og vi har jo en tradisjon her i Radioresepsjonen på TV at vi leser et lite dikt eller rapper en liten rap, Nemlig og tenner dette tredje lyset da på adventsstaken vår. Og for å gjøre det så må jeg komme i ungdoms, eh, stemning ((henter fram en caps fra skrivebordet))
- Tore: Ja, [det er caps og det er]
Steinar: [tar på meg caps]
- Tore: Hvilket amerikansk fotballag er det det tilhører igjen den capsen der?
Steinar: Eh, den capsen her, det.
Det er vel stars regner jeg med.
- Tore: Det er stars, ja@
((latter fra publikum i studio))
- Tore: New York City stars
Steinar: Jeg antar at det er det.
- Tore: @
Og da skal vi snart tenne det tredje lyset.

Teksteksempel 24

Radioresepsjonen på TV episode 6 (14:05: –14:18)

Tore: Når du lager sånne boblekinn=
((Bjarte blåser ut kinnene))
Steinar: Ja
Tore: = da er man sliten da.
Steinar: Når du er sliten så gjør du,
gjør det en gang til (peker på Bjarte)
Bjarte: (blåser ut kinnene mens han ser i kamera)
Steinar: Okey@
((latter fra publikum i studio))
Steinar: Eh, Tore.
Tore: Ja.
Steinar: Vet du hva det er tid for nå?
Tore: Er det Radioresepsjonens postkasse?
Steinar: Postkasse!
Bjarte: Postkasse!
Publikum: Postkasse!
((vignett for Radioresepsjonens postkasse starter))

Teksteksempel 25

Radioresepsjonen på TV episode 5 (11:54–12:31)

((vignett for Radioresepsjonens postkasse))
Steinar: Og nå får vi altså så mye post, [og det virker som]
Tore: [Post]
Bjarte: Post
Steinar: Nei!
Publikum: Post!
Steinar: Nei, nei, nei. Å, nei, nei, nei. Det er bare postkasse=
Tore: Postkasse
Bjarte: Postkasse
Postkasse: Postkasse!
Steinar: = vi gjentar her i dette programmet
Bjarte: @
((latter fra publikum i studio))
Steinar: (ser i kamera) Eh, men det virker som om dere der hjemme bruker rr krøllalfa nrk punktum no som en slags sånn derre eh, ”dette tør jeg ikke spørre noen andre om så jeg spør heller Radioresepsjonen på TV=
((latter fra publikum i studio))
Steinar: = og det synes jeg er veldig [kult]=
Bjarte: [ja]
Steinar: = at vi kan være en sånn instans.
Jeg har lyst å begynne med et spørsmål som jeg har fått inn fra Noldus.

Teksteksempel 26

Radioresepsjonen på TV episode 5 (7:32–8:33)

Steinar: Hva (.)
Det er ikke det du har vært på?

Bjarte: Nei dette [selvfølgelig]

Tore: [er det ikke] det du har vært på?

Bjarte: Nei, nei, [nei]

Tore: [åja]

Bjarte: Det heter. Nei nei nei. Det er'kje det. Nei nei.
Eg har ridd på, på en hest da.

((latter fra publikum i studio))

Steinar: Okey@

Tore: Ja, for det er også barebacking.

Bjarte: Ja, [hvis man]

Tore: [De har] tatt over det begrepet fra homoorgie.

Bjarte: Nei, ja. Nei, eg tror det var der det begynte at man rei på hest først også tok man det videre derfra, men barebacking.

((latter fra publikum i studio))

Tore: Men har hesten aids også?

Bjarte: Kommer, nei, kommer feil ut dette her nå

Steinar: Altså homsene tok barebacking-uttrykket fra for eksempel cowboyer da som red uten sadel. Er det det?

Bjarte: Ja! Der tror jeg det er, at [man rei uten sal]

Tore: [Er du hestehistoriker] eller?

Steinar: Ja, jeg er homsehistoriker@

Tore: Ja@

Bjarte: @ Så eg har ridd på hest uten sal da.
Det er det eg har gjort. [På fjellet]

Steinar: [kjempebra]

Tore: Hvorfor det?

Bjarte: Nei, av mangel på andre ting å finne på, antakelig.

((latter fra publikum i studio))

Bjarte: Men vi kan se litt på hvordan det tok seg ut.

Steinar: La oss [gjøre det]

Bjarte: [Se på] dette (knipser én gang)

((bilde av Bjarte som sitter på en ponni dukker opp på storskjermen i studio))

Bjarte: @

((latter fra publikum i studio))

Steinar: Det var altså høydepunktet fra din uke@

Bjarte: Ja, ja, ja.

Steinar: Disse få sekundene der du sitter på denne bittelille hesten.

Bjarte: @

((latter fra publikum i studio))

Steinar: Det var litt om våre liv (ser i kamera).
Vi skal videre til et innslag som jo faktisk du har laget også Bjarte.

Teksteksempel 27

Radioresepsjonen på TV episode 5 (18:20–18:57)

- Steinar: Satire! Jeg elsker satire!
Å, det er så deilig å være,
ta den makta på en eller annen måte
- Tore: **Ja, det er jo. For det er jo
Ofte er jo satire veldig drøyt=**
- Steinar: **Ja**
- Tore: **= og her tok vi det jo alt for langt.**
- Steinar: **Ja**
- Tore: **At Kvarme skal drepe andre prester det er utrolig drøyt.**
- Steinar: **Ja, og hvis det er noen som ser på dette her og tenker (ser i kamera)
får lyst til å liksom drepe Einar Gelius, så ikke, ikke gjør det.
Fordi, ja, det. Ikke [gjør det]**
- Bjarte: **[ikkje gjør det]**
- Steinar: **For hvis han dør så får vi skylda.**
Så blir det masse mas, så må vi jobbe overtid og sånn.
Det orker ikke vi.
- Tore: Nei
(latter fra publikum i studio))
- Steinar: Nei. Eh, Tore. Du har også et spørsmål i dag som har kommet inn.

Teksteksempel 28

Radioresepsjonen på TV episode 8 (20:10–20:54)

- Steinar: Eh, så jernalderen, og London (peker på Bjarte)
(peker på Tore)
- Tore: Frigjøringen i fem og førti.
- Steinar: Frigjøringen i fem og førr.
Ja, [men det er veldig fint]
- Bjarte: **[@@]**
- Steinar: **Vi har et spørsmål til her som har kommet inn fra Hivert Søyem.**
- Bjarte: **Hei [Hivert@]**
- Tore: **[Hei] Hivert @**
- Steinar: **@ Gode gamle Hivert.**
Og Hivert spør: Har dere driti dere ut på julebord noen gang?
Eh, og det er vel,
De fleste nordmenn har vel driti seg ut på en eller annen måte.
Og vi hadde faktisk julebord i underholdningsavdelingen her i nrk på fredag.
Eh, og vi kan jo, altså dreit vi oss ut?
[Jeg vil jo]
- Tore: **[dreit] og dreit, jeg altså.**
- Bjarte: Fru Blom
- Steinar: Dreit og dreit eller ut og ut om du vil
- Tore: **[@]**
- Bjarte: **[@@]**

Teksteksempel 29

Radioresepsjonen på TV episode 8 (14:22–15:08)

Steinar: Akkurat samme svar egentlig, men bare fortalt på en veldig lang måte.
Bjarte: Ja@
((latter fra publikum i studio))
Steinar: Eh, jeg tror jeg går for tannkrem rundt kjeften resten av livet, jeg.
Tore: [@@]
Bjarte: [@@]
Tore: Samme som oss@
Steinar: Ja (.) Men kort fortalt.
((applaus fra publikum i studio))
Steinar: Eh, jeg tar et tips her som jeg har fått inn fra en, en lytter som heter, eh (..)
Bjarte: Finner du bare på noe nå?
Steinar: Nei, jeg bare prøver å finne navnet.
Tore: Si ett navn da!
Steinar: Eh, Hitler (ser i kamera)
((latter fra publikum i studio))
Bjarte: [@]
Tore: [Jøss]
Steinar: Hitler skriver: "Hvis du er en av de som synes det er iskaldt å gå ut av dusjen"
Og her kjenner jeg meg igjen.
Bjarte: [ja]
Tore: [Ja] jeg kjenner meg til en viss grad igjen.
Steinar: Ja. "Er dette et tips for deg: Skru av dusjen ett minutt før du går ut av dusjen også blir du kjølt ned gradvis istedenfor å få det sjokket".

Teksteksempel 30

Radioresepsjonen på TV episode 6 (28:11–28:53)

Steinar: (ser i kamera) Ikke skyt meg
asså jeg hadde jo en dritkul ungdomsrap helt i begynnelsen av programmet.
Bjarte: (ser i kamera) skyt Steinar, skyt Steinar da, kom igjen.
((latter fra publikum i studio))
Steinar: (dytter Bjarte ut av bildet) Okey, publikum,
vårt representative utvalg av den norske befolkning.
Dere stemmer, hvem skal skytes? Stem nå (ser i kamera).
((kamera filmer publikum, deretter avstemningsskjermen, 49 % vil at Tore skal skytes))
Steinar: [Joho]
Bjarte: [Jiihii]
((applaus fra publikum i studio))
Steinar: @ Tore skal skytes!
Tore: **Ahh (dytter Steinar og Bjarte vekk fra scenen, løper etter dem)**
Øøøh! (hytter neven mot publikum)
Hvorfor? Hva har jeg gjort? (roper)
Steinar: (holder softgun) Er du klar Toremann?
Tore: NEI!

Teksteksempel 31

Radioresepsjonen på TV episode 6 (24:20–25:51)

Tore: Da skal vi få inn vår deltaker som skal spille "gå eller rulle" i dag.
Og det er selvfølgelig vår japanske sushikokk og kokebokforfatter og spesielt rå type sushikokk Seigo Sato!

((Seigo kommer inn, applaus fra publikum i studio))

Tore: Hjertelig velkommen hit, Seigo.

Seigo: Ja, takk skal du ha.

Tore: Du er innmari fin i dag.

Seigo: Ja (.)

((latter fra publikum i studio))

Seigo: @@

Tore: @@@

Seigo=

Seigo: Ja

Tore: = tror du Toril kan gå eller tror du hun må rulle?

Seigo: (.) Jeg vil spørre publikum

Tore: Du vil spørre [publikum]=

Seigo: [ja]

**Tore: = og bruke ditt første hjelpemiddel.
Ja, da skal vi spørre vårt representative utvalg her i publikum.
De kan trykke på sine mentometerknapper.
Kan Toril gå eller må hun rulle? Trykk nu (ser i kamera).**

((kamera filmer publikum, deretter avstemningsskjermen, 53 % svarer "gå", 47 % svarer rulle))

Tore: Oooii!

Femttitre prosent sier gå og førtisju prosent sier rulle.
Ble du noe klokere av det du, Seigo? (...)
Nei, du ble vel [ikke det]

Seigo: [@@@]

((latter fra publikum i studio))

Tore: Åpenbart ikke.
Så, Seigo.
Utifra den informasjonen du har fått.
Tror du Toril kan gå eller må hun rulle?

Seigo: Kan jeg ta en telefon?

Tore: Å, selvfølgelig. Ikke noe problem@
Hvem vil du ringe?

Seigo: Bjarte.

Tore: Du vil [ringe]=

Seigo: [ja]

Tore: = Bjarte.
Da ringer vi Bjarte (knipser).

Teksteksempel 32

Radioresepsjonen på TV episode 5 (2:59–3:42)

Steinar: Eh, Toremann.
Jeg har lyst til å begynne å spørre deg.
Hva har du opplevd i løpet av den siste tiden
som er verdt å nevne for vårt kjære tv-publikum?

Tore: Det meste av det jeg har opplevd i løpet av den siste tiden er ikke verdt å nevne.
[Men]=

Steinar: [Nei]

Tore: eh, det jeg har [gjort]

Steinar: [Du] tenker på de vanlige tingene,
spise taco, dra hjem fra jobben

Bjarte: Ja

Steinar: = sitte stille i sofaen og så videre

Tore: Ja, det jeg gjør aller mest=

Steinar: Ja

Tore: = sitte helt stille i sofaen=

Steinar: Ja

Tore: = ikke se på tv eller noen ting,
Bare stirre tomt framfor meg.

Bjarte: Nappe seg i løken og litt sånn.

Tore: Ikke begynn på det (ser på Bjarte)

Steinar: Bjarte, du=

Bjarte: Unnskyld

Steinar: Nå husker du at du er 43 år=

Bjarte: Ja

Steinar: = du trenger ikke å si nappe seg i løken på TV

Bjarte: @
((latter fra publikum i studio))

Bjarte: Et øyeblikk så glømt eg faktisk at eg var på TV. Eg beklager (ser i kamera)

Steinar: Ja

Tore: Det er liksom,
det er kanskje det tredje ordet du sier i sendingen er "nappe seg i løken"

Bjarte: Ja@

Tore: Det ville jeg holdt meg for god [for]

Bjarte: [ja@]

Steinar: Tilbake til deg, Toremann.

Teksteksempel 33

Radioresepsjonen på TV episode 5 (12:56–13:37)

- Steinar: Men altså det er jo, jeg tror jo det er noe,
Han insinuerer jo her, Noldus,
at det er kanskje noe med klærne man [bruker]=
- Bjarte: [ja, det er jo]
- Steinar: = om vinter'n kontra om [sommer'n]=
- Tore: [åå]
- Steinar: = som skaper dette litt interessante stoffet som samler seg innerst inne i navelen
Og dette her er jo selvfølgelig til dere som har en sånn såkalt utovernavle,
sånn liten sånn (rynker på nesa) tapp som stikker ut=**
- Tore: Æsj!**
- Steinar: = dere får bare unnskyld oss, men=
((latter fra publikum i studio))
= Ja, det er faktisk ganske ekkelt**
- Tore: Prøv, jeg oppfordrer fedre der hjemme til å klippe litt lenger inn assa
((latter fra publikum i studio))
- Steinar: Ja. Klipp litt lenger inn.
- Tore: For du skjønner det,
Altså for prinsippet er jo åpenbart at jo lenger inn du klipper,
Også når du klipper av så suges det [inn]
- Steinar: [mm]
- Bjarte: [ja]
- Tore: = i magen eller no' sånt no'
- Steinar: Kan vi, skal vi, kan vise her at jeg har i hvert fall ikke utovernavle.
(reiser seg opp, viser fram navelen)
Se her.
- Bjarte: [ÆSJ]
- Tore: [ÆSJ]
- Steinar: Vis, dere skal også vise (setter seg ned igjen)

Teksteksempel 34

Radioresepsjonen på TV episode 8 (6:18–7:10)

- Steinar: Men åssen er det.
Det er jo tiende, det er jo siste plass da blant de ti.
- Tore: Ja, ja (.) Jaja. Men det er som å være i bunn av Premier League.
Jeg ville jo vært helt utrolig (..) [fornøyd]=
- Bjarte: [ja]
- Tore: = hvis jeg [var]
- Bjarte: [Bare] å få være i den divisjonen liksom.
- Tore: Spille på Stoke eller noe.
- Steinar: Kult at du fikk fronta deg sjøl litt da.
- Tore: Hvorfor ikke?
((latter fra publikum i studio))

Steinar: Bjartemann, du er jo også (.)
Du er en frossenpinn.

Bjarte: Ja=

Steinar: Ja.

Bjarte: = eg er det.

Steinar: Har du noe å [fortelle fra siste uke]?

Bjarte: [Eg har noe å fortelle] fra mitt liv=

Steinar: Ja

Bjarte: = for det at et av høydepunktene i denne uken her er at eg har snakket med min mor på telefonen.

Steinar: Jøss.

Bjarte: Og det, eg gjør jo det en gang i [uken]

Steinar: [det er nesten] (begynner å klappe)

Jeg synes det

((applaus fra publikum i studio))

Bjarte: Tusen takk.

Tore: Kjempemyggelig gjort.

((fortsatt applaus))

Bjarte: Og ikkje minst, og ikkje minst takk min mor.

Steinar: Det er det det gjelder.
Altså til dere der hjemme som, som har en mor (ser i kamera)
Og vi nærmer oss en høytid
kanskje mange foreldre og besteforeldre sitter alene.
Ta også ring de, akkurat som Bjarte.
Det synes jeg dere skal gjøre.

Tore: Mange mødre dør jo rett over jul fordi, har jeg hørt.

Bjarte: Ja.

Steinar: Ja.

Tore: Så det kan være lurt å gjøre det nå.

Teksteksempel 35

Radioresepsjonen på TV episode 7 (11:16–11:54)

((vignett for Radioresepsjonens postkasse))

Steinar: (ser i kamera) Ja, da var vi der altså.
Midt oppi den mest populære spalten i manns minne.
Og vi har fått inn masse gode henvendelser på nrk no skråstrekk rr.
Eh, og fortsett gjerne å send inn e-post og sms-er.
Eh, Tore, kanskje du har lyst å begynne?

Tore: Ja, jeg vil gjerne begynne med et spørsmål som er sendt inn fra en som kaller seg for Knuten.

Bjarte: Hei Knuten

Steinar: Hei Knuten

Tore: Han skriver det k-n-e-w-t-o-n.

Steinar: Samma [det]

Bjarte: [kult]

Tore: Han eller hun stiller spørsmålet: (ser i kamera)
 ”Hvilket språk synes er deres favoritt å tulleimitere?”
 Og der har jo jeg en soleklar favoritt,
 Hvis jeg får lov å [starte]=

Bjarte: [Ja]

Tore: = helt [[umiddelbart]]

Bjarte: [[ja]]

Tore: Jeg foretrekker å tullesnakke kinesisk, eller mandarin, eller klementin, som jeg kaller
 [det]

Steinar: [@@]

Bjarte: [@@]

Teksteksempel 36

Radioresepsjonen på TV episode 8 (4:41–5:35)

Steinar: Eh, vi tenkte vi skulle dele litt om hva vi har opplevd i løpet av den siste uken her i
 Radioresepsjonen. Vi pleier å fortelle litt om både ditt og datt.
 Og kanskje du, Tore, har lyst å fortelle litt hva du har opplevd?

Tore: Ja. For her om dagen leste jeg i Norges største avis, Verdens Gang

Steinar: Er det ikke nest største avis?

Tore: Eh, nei. Det er Norges nest største avis, ja.
 Stemmer det, de har tatt et skritt ned.

Steinar: Ja.

Tore: Men likevel en kjempestor avis altså

Bjarte: Ja, og veldig stor.

Tore: Ja, ja, [ja]

Bjarte: [ja]

Tore: Og der var det en undersøkelse som ble framlagt=

Steinar: Mm

Tore: = hvor Norges ti morsomste personer ble navngitt.

Steinar: Jaha.

**Tore: Og JEG var nummer ti på den listen.
 Se på den listen, [vi har et bilde av det]**

Bjarte: [Nei, er det sant?]

((utklipp fra VG med liste over Norges ti morsomste dukker opp på en stor skjerm i studio))

Tore: Ja, det er ikke kødd!

**Steinar: Oi, det er litt.
 Det er applaus!**

((applaus fra publikum i studio))

Tore: Det er en som heter Harald Eia som leder(..)
 ((fortsatt applaus))

Tore: Også er det en annen som heter Lyngbø eller noe.

Tore: Men helt nederst der, hvis du ser nederst på bildet

Steinar: Ja

Tore: Der er jeg.
 Med en kamma åtte [prosent av stemmene]

Bjarte: [fy søder]

Teksteksempel 37

Radioresepsjonen på TV episode 7 (4:31–5:17)

- Steinar: Vi skal til spalten der vi snakker om hva som har skjedd i løpet av den siste uken.
Og kanskje jeg skal nevne så vidt hva som har vært høydepunktet i min uke
er at jeg har blitt, fått nokas-dilla.
Altså jeg har blitt overstimulert på nokas-ting, [jeg]
- Tore: [du] henger liksom et par år etter
- Steinar: Ja, jeg er litt bakpå der, fordi nokas-filmen var jeg og så her forrige uke.
- Tore: (peker på Steinar) du burde sjekke ut noe som heter Beavis and Butthead.
[Det er to raringer]=
- Bjarte: [@@@]
((latter fra publikum i studio))
- Tore: = de sitter bare og ser på musikkvideoer [liksom]
- Bjarte: [ja ja]
- Tore: Det er sånn, de bare, det er liksom ingenting.
- Steinar: Altså dette her er ikke noe aktualitesmagasin,
Og dessuten så går Nokas fortsatt på kino.
Så det er, det er littegranne aktuelt.
- Tore: Jaja. Jojo.
- Steinar: Ja, har dere sett Nokas-filmen?**
- Bjarte: Nei.**
- Tore: Nei.**
- Bjarte: Men jeg har lest boken.**
- Steinar: Du har lest boken, ja.**
- Bjarte: Mm**
- Steinar: Og du er jo også fra Stavanger [så]=**
- Bjarte: [Ja]**
- Steinar: = du er litt sånn**
- Tore: Er det ekstra morsomt for deg at det er fra Stavanger?
At "Å, Forus, ja. Ja ja."
- Bjarte: Ja, ja. Klart det.
((latter fra publikum i studio))
- Tore: "Der har jo eg vært".

Teksteksempel 38

Radioresepsjonen på TV episode 5 (18:59–19:40)

- Tore: Og Trine skriver: "Er dere lei dere for at dere ikke kom med i Elles kåring av Norges
trettitre mest sexy menn?"
- Steinar: Mm.
- Tore: Eh, og er vi lei oss for det?
- Steinar: Er vi lei oss?
Jeg personlig [altså]
- Tore: [innerst] inne.
I det tjukke hodet.
- Steinar: [@]

Bjarte: [@]
 ((latter fra publikum i studio))
Steinar: **Jeg kunne jo vertfall vært,
 eller altså vært på plass trettito eller altså**
Bjarte: **Ja**
Steinar: **Synes [jeg]**
Tore: **[I hvert] fall kanskje vært bobler, ligget rett under**
Steinar: **Ja.**
Bjarte: **Eg bobler på trettifjerde plass, tror eg**
Tore: **Gjør du? Bobler du?**
Bjarte: **Ja, eg tror det. På [trettifjerde]**
Tore: **[jøss]**
 Steinar: Du har hørt rykter om at du bobler på trettifjerde plass
 Bjarte: Ja
 Steinar: Eh, for det er jo dette pornobladet for kvinner= (ser i kamera)
 ((Steinar viser fra magasinet Elle))
 ((latter fra publikum i studio))
 Steinar: = som har kåret de kjekkeste gutta, mest sexy gutta=
 Tore: Mm
 Steinar: = og det er jo ikke noe tvil om at Karl Ove Knausgård havner på førsteplass.
 Gratulerer til Karl Ove.

Teksteksempel 39

Radioresepsjonen på TV episode 6 (2:31–3:09)

Steinar: Ja, det er jo første desember i dag.
 Tore: Mm.
 Steinar: Og det betyr at det går inn i en [julehøytid]
 Tore: [mm]
Steinar: **= og det er jo alltid veldig koselig.
 Og på søndag så var det første søndag i advent.**
Tore: **Ja.**
Steinar: **Eh (.) jeg tenkte liksom at vi skulle,
 vi kunne tatt den der "Vi tenner et lys, vi tenner det for glede, det står og skinner
 for seg selv og oss som er til stede", men det er liksom så traust og kjedelig=**
Tore: **Mm**
Steinar: **= og siden vi er et ungdomsprogram så tenkte jeg kanskje vi skulle gjøre,
 altså sprite opp den adventsgreia littegrann.**
 Tore: Og det, du har tatt initiativet til å gjøre det helt pers, dette er noe,
 Nå har du funnet på noe her, [det er åpenbart]
 Steinar: [Dette har jeg funnet på]
 Eller altså tekstforfatterne har funnet det på at jeg skal gjøre det.
 Tore: [Okey]
 Steinar: [Jeg] gleder meg veldig til å gjøre det.
 Eh, jeg tror jeg må ta på meg en caps, for det er det ungdommen har.

Vedlegg 3: *Kjøreplan for Radioresepsjonen*⁵¹

Radioresepsjonens første time

1. Radioresepsjonen Jingel	
2. WE ARE THE FOOLISH – GENERAL FIASCO	3:34
3. Hei – tease Tips & Triks	
4. RETT OPP OG NED – LARS VAULAR	3:19
5. Hva har skjedd de siste 24 timer?	
6. SONG 2 – BLUR	2:00
7. P3-trailer (egenreklame for andre programmer)	
8. MORNING AFTER DARK – NELLY FURTADO, TIMBALAND	3:52
9. Tease innslag “Trønderquiz”	
10. STEREO LIFE – DONKEYBOY	3:06
11. Innslag: “RR Trønderquiz”	
12. FOOL – TEAM ME	3:17
13. Spalte: Tips & Triks del en	
14. VIVA LA VIDA – COLDPLAY	3:56
15. Spalte: Tips & Triks del to	
16. SWEETEST THING – U2	3:00
17. P3NYHETER	2:00

Radioresepsjonens andre time

18. Radioresepsjonen Jingel	
19. UNDER THE SHEETS – ELLIE GOULDING	3:44
20. Hei igjen, tease kunstposten	
21. THE UNFORGIVEN II – METALLICA	3:41
22. Spalte: Tips & Triks del tre	
23. ANGELILA – GRAND ISLAND	2:59
24. P3-trailer	
25. CURLY – THE PINK ROBOTS	3:07
26. Tease innslag: “RR Tore anmelder Forrest Gump”	
27. AROUND THE WORLD – RED HOT CHILI PEPPERS	3:57
28. Innslag: “RR Tore anmelder Forrest Gump”	
29. WHO KNOWS WHO CARES – LOCAL NATIVES	3:52
30. Tease “Kunstposten”	
31. IF A SONG COULD GET ME YOU	3:32
32. Kunstposten Steinar vs. Tore	
33. ALL THE RIGHT MOVES – ONEREPUBLIC	3:57
34. Sjokk, skyt, adjø	
35. GITARRER & BAS, TRUMMOR & HAT – HESTPOIKJEN	4:30

⁵¹ Hentet fra Sagen (m. fl. 2010: 52)

Vedlegg 4: Reell formatkomposisjon i *Radioresepsjonen*

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag
0 min	Intro	Intro	Intro	Intro
1 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
2 min				
3 min				
4 min	Prat	Prat	Prat	Prat
5 min				
6 min				
7 min				
8 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
9 min				
10 min				
11 min	Prat	Prat	Prat	Prat
12 min				
13 min	Hva har skjedd?	Hva har skjedd?	Hva har skjedd?	Hva har skjedd?
14 min				
15 min				
16 min				
17 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
18 min				
19 min				
20 min				
21 min				
22 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
23 min				
24 min				
25 min				
26 min	Prat	Prat	Prat	Prat
27 min	Øl-test (m/jingle)			
28 min				
29 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
30 min				
31 min				
32 min	Musikk	Reportasje: Jan Terje Riis Otto Johansen	Reportasje: Peter Childcock	Reportasje: Creedens Clearwater
33 min				
34 min				
35 min	Øl-test (m/jingle) fortsetter	Musikk	Musikk	Musikk
36 min				
37 min				

35 min		Musikk		
36 min				Musikk
37 min		Prat		
38 min				
39 min		Fun Facts (m/jingle)	Prat	
40 min				Prat
41 min	Musikk			
42 min			Tips & Triks (m/jingle)	
43 min	Prat			Godt sagt (m/jingle)
44 min				
45 min		Musikk		
46 min	Postkasse (m/jingle)			
47 min				Musikk
48 min			Musikk	
49 min				
50 min	Musikk	Fun Facts (m/jingle) fortsetter	Tips & Triks (m/jingle) fortsetter	Godt sagt (m/jingle) fortsetter
51 min				
52 min				
53 min	Postkasse (m/jingle) fortsetter			
54 min				
55 min				Musikk
56 min	Musikk	Musikk	Musikk	
57 min				
58 min	<i>Nyheter NRK P3</i>	<i>Nyheter NRK P3</i>	<i>Nyheter NRK P3</i>	<i>Nyheter NRK P3</i>
59 min				
1 t 0 min	Intro	Intro	Intro	Intro
1 t 1 min	Musikk			Musikk
1 t 2 min		Musikk	Musikk	
1 t 3 min				
1 t 4 min	Prat			Prat
1 t 5 min		Prat	Prat	
1 t 6 min				
1 t 7 min				
1 t 8 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk
1 t 9 min				
1 t 10 min				
1 t 11 min	Postkasse (m/jingle) fortsetter			
1 t 12 min		Fun facts (m/jingle) fortsetter	Tips & Triks (m/jingle) fortsetter	Godt sagt (m/jingle) fortsetter)
1 t 13 min				
1 t 14 min				
1 t 15 min				
1 t 16 min				

1 t 17 min	Musikk						
1 t 18 min							
1 t 19 min		Musikk	Musikk	Musikk	Musikk		
1 t 20 min							
1 t 21 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk			
1 t 22 min							
1 t 23 min							
1 t 24 min				Prat			
1 t 25 min	Prat	Prat	Prat	Musikk			
1 t 26 min							
1 t 27 min							
1 t 28 min	Musikk						
1 t 29 min	Reportasje: Corky Fylliksen	Musikk	Musikk	Reportasje: Kjønnnesnes Mølle			
1 t 30 min							
1 t 31 min							
1 t 32 min		Reportasje: Egil Datasupport	Reportasje: Tyholt Apenes	Musikk			
1 t 33 min	Musikk	Musikk	Musikk	Prat			
1 t 34 min							
1 t 35 min							
1 t 36 min							
1 t 37 min	Prat	Musikk	Musikk	Prat			
1 t 38 min							
1 t 39 min							
1 t 40 min	Musikk	Prat	Prat	Musikk			
1 t 41 min							
1 t 42 min							
1 t 43 min			Musikk		Musikk		
1 t 44 min	Dagens barnebok (m/jingle)	Kunstposten (m/jingle)	Diktposten (m/jingle)	Stavmixer (m/jingle)			
1 t 45 min							
1 t 46 min							
1 t 47 min							
1 t 48 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk			
1 t 49 min							
1 t 50 min							
1 t 51 min							
1 t 52 min							
1 t 53 min	Avslutning m/softgun	Avslutning m/softgun	Avslutning m/softgun	Avslutning m/softgun			
1 t 54 min							
1 t 55 min	Musikk	Musikk	Musikk	Musikk			
1 t 56 min							
1 t 57 min							
1 t 58 min							

Vedlegg 5: Kjøreplan for *Radioresepsjonen på TV*⁵²

Skrevet ut av:	Randi Skeie	Versjon:	
PROGRAM 7			
<u>Radioresepsjonen på TV</u>			
~	recorded	~	~ MUHH080007/10 ~ Begynner kl.: 00:00:00.00
1	VB	<u>VIGNETT</u>	<i>Full lyd</i> 00:30 - 00:00:00.00
SL: musikk			
SB: går i hvitt			
Tot:			
LYD: <i>- med lyd hale som mikses med applausen</i>			
NB! <i>Reaksjoner publikum tas opp under publikumsoppvarminger.</i>			

⁵² Gjengitt med tillatelse fra Randi Skeie, NRK.

2 Studio ÅPNINGSMONOLOG Studio 01:45 - 00:00:30.00
 Pos: Forran skrivebord / sofa, uten "liten" plattning
 Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim

A
 ENTRE
 - Alle

B
 ÅPNINGSMONOLOG
 Steinar

3 Studio JINGEL: Åpning Full lyd 00:05 - 00:02:15.00

LYD: - lydjingel med bilde fra studio

4 Studio KORT OM DAGENS
SENDING Studio 01:00 - 00:02:20.00

Pos: skrivebord / sofa
 Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim

A
 PRESENTASJON AV
 RADIORESEPSJONENS MEDLEMMER
 - Steinar

B
 KORT OM DAGENS SENDING

LYD: rap

C
 STEINAR TENNER LYS

6 VB FOTOFIKLERER Full lyd 03:00 - 00:10:20.00

SL: Regi: Vidar Josdal

SB:

Tot:

7 Studio INTRO POSTKASSE Studio 00:10 - 00:13:20.00

Pos: skrivebord / sofa

Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim

A

STEINAR, TORE OG BJARTE SIER:

Rare greier...

B

INTRO POSTKASSE

8 Studio POSTKASSE JINGEL Full lyd 00:10 - 00:13:30.00

VB

Studio

Lyd med oversiktsbilde fra studio

11	Studio	<u>INTRO STAVMIKSER</u>	<i>Studio</i>	00:10 - 00:20:49.00
		Pos: kjøkkenbenk Steinar Sager		
		Steinar intro Stavmikser		

12	Studio	<u>STAVMIKSER JINGEL</u>	<i>Full lyd</i>	00:05 - 00:20:59.00
	VB		<i>Studio</i>	
		Pos: Lyd med oversiktsbilde fra studi		

13 Studio STAVMIKSER Studio 05:30 - 00:21:04.00

Pos: skrivebord / sofa /Kjøkkenbenk

Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim+ Seigo Sato

A

STEINAR INTRO SEIGO

B

TORE og BJARTE SITTER I SOFA

Får på seg høretelefoner og solbriller

C:

STEINAR OG SEIGO

Blander 3 ingredienser

D

SEIGO HENTER TORE OG BJARNE FRAM TIL

KJØKKENBENKEN

E

TORE OG BJARTE MÅ SMAKE/GJETTE (Skriver på tavle)

F

TAPEREN MÅ DRIKKE RESTEN

14 **Studio** **HVEM SKAL SKYTES?** *Studio* **01:40** - 00:26:34.00
Pos: scene
Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim

A
TAPEREN SKAL SKYTES

B
EN AV GUTTA SKYTER FRA
STAND UP PLATTING

15 **Studio** **TAKK FOR I DAG** *Studio* **00:10** - 00:28:14.00
Pos: standup-scenen
Med: Steinar Sagen + Tore Sagen + Bjarte Paul Tjøstheim

A
TEASE NETTSIDENE

B
TAKK FOR I DAG

16 **Studio** **RULLETEKT** *Studio* **00:17** - 00:28:24.00

Rulletekstmusikk
Rulletekst

17 **FINE** **00:00** - 00:28:41.00

Vedlegg 6: Reell formatkomposisjon i *Radioresepsjonen på TV*

	Program 5	Program 6	Program 7	Program 8
0 min	Intro	Intro	Intro	Intro
1 min	Velkommen	Velkommen	Velkommen	Velkommen
2 min				
3 min	Hva har skjedd?	Adventsrap	Adventsrap	Adventsrap
4 min		Hva har skjedd?		
5 min		Konkurransen: Spise adventskalender	Hva har skjedd?	Hva har skjedd?
6 min				
7 min				
8 min				
9 min	Innslag: Mythbusters	Innslag: Spencer	Innslag: Fotofikling	Innslag: Lars Dongeri Oppholdsnes
10 min				
11 min				
12 min	Postkasse	Postkasse	Postkasse	Postkasse
13 min				
14 min				
15 min				
16 min				
17 min				
18 min				
19 min				
20 min				
21 min	Gameshow	Gameshow	Stavmixer	Stavmixer
22 min				
23 min				
24 min				
25 min	Skyt & farvel	Skyt & farvel	Skyt & farvel	Skyt & farvel
26 min				
27 min				
28 min				
29 min				

