

(Kronik Weekendavisen 26/1 1996, offentliggjort under titlen "TV år 2000")

## **Gutenberg, Brecht - og Grundtvig.**

- om den frigørende digitalisering af medierne.

Det sker lige for øjnene af og om ørene på os. En elektronisk medierevolution, der kan sidestilles med det, der skete i årene efter Gutenberg. Satellitter, elektronisk "motorvej", digitalisering osv. er i sig selv revolutionerende, som opfindelsen af bogtrykteknikken var det. Men den største omvæltning vil ske i den måde, vi som lyttere og seere bruger medierne på. Ganske som Gutenbergs opfindelse kun var den tekniske forudsætning for, at evnen til at læse og skrive blev udbredt til andre end en lille elite, for udbredelse af litteratur og aviser, for den skrevne massekommunikation.

De seneste måneders danske mediedebat har stort set været koncentreret om kanalfordeling, reklameregler samt lokalradio og TV og deres muligheder for fortsat samsending. Disse spørgsmål er bestemt ikke uvæsentlige i den aktuelle, lokale danske sammenhæng. Men det er små brikker i et meget større puslespil. Og mens vi sidder og fedter med de små brikker, lægges det store spil af andre, hvis visioner mere styres af de kommercielle interesser end de kulturpolitiske hensyn.

Bertolt Brecht havde for ca. 70 år siden en vision om radioens muligheder, som man dengang savnede de tekniske forudsætninger for - og måske evnerne og modet til - at virkeliggøre. I et kritisk essay skrev han "...Og for endelig at blive positiv, det vil sige, for at finde frem til det positive ved radioen: Jeg vil foreslå, at vi omdanner den fra et distributionsapparat til et kommunikationsapparat. Radioen ville være det mest storslåede kommunikationsapparat i det offentlige liv, et vældigt kanalsystem, det vil sige, den ville være det, hvis den var istand til ikke bare at sende men også at modtage, altså ikke bare at få tilhøreren til at høre men også at tale, og ikke bare at isolere ham, men at sætte sig i forbindelse med ham. Radioen måtte herefter opgive sin leverandør-position og organisere tilhøreren som leverandør..."

I dag har vi faktisk de tekniske forudsætninger, som man savnede på Brechts tid. Spørgsmålet er så, om vi tør og magter at bruge dem, eller om vi i forskrækkelse over alt det nye tildeler os selv rollen som en mediemæssig almue.

For at sætte Brechts vision i perspektiv tager vi lige et tilløb fra tiden før og efter Gutenberg, over de nuværende elektroniske medier til det, der kan blive fremtiden. Det fælles begreb i sammenligningens brede penselstrøg er massekommunikation. Før bogtrykteknikken var det den mundtlige overlevering, fortællingen, sangen, prædiken osv. Alle, der havde talemåder kunne være med som afsendere. Modtagerne var - hvis de gad lytte - kollektivt tvungne til at følge det hele på samme tid. Budskabet blev leveret i et "flow" (det ord vil vi vende tilbage til senere). Altså: Individuelt afsendt, kollektivt forbrug.

Bogtrykteknikken gjorde massekommunikationen gennem bøger og aviser mulig. På afsendersiden gjorde teknikken det i første omgang muligt, at mange flere kunne komme til orde og nå mange flere læsere. Altså en liberalisering. Men siden er der sket en markant

indsnævring. Selvom (næsten) alle kan skrive, er det relativt få, der reelt har mulighed for at komme til orde i de trykte medier. Afsendersiden er blevet en industri. På modtagersiden kom der en ligeså afgørende udvikling, og den er blevet fastholdt. Her blev en total individualisering mulig. Vi kan - inden for det udbud, der er til rådighed - selv bestemme, hvad vi vil læse, hvor vi vil læse og hvornår og hvor hurtigt eller langsomt vi vil gøre det.

Med andre ord: Mere eller mindre kollektivt afsendt, individuelt forbrug.

Men radio og TV ændrede igen kommunikationsbilledet. I vor kulturkreds blev afsendersiden totalt monopoliseret. Radio og TV blev produceret af offentligt ejede monopoler, de såkaldte public service institutioner som f.eks. Danmarks Radio. På modtagersiden vendte vi tilbage til den før-Gutenbergske situation, hvor lyttere og seere - ligesom menigheden under en prædiken - blev tvunget til et kollektivt forbrug af et "flow". Vi har stadig friheden til at lade være med at tænde for apparatet. Men hvis vi på et givet tidspunkt vil have noget for licensen, er det afsenderen, der bestemmer hvad vi hører eller ser. Vi kan ikke bladre forbi et kedeligt program eller selv bestemme hastigheden. Både afsender og modtagersiden er blevet kollektiviserede. Det enkelte menneskes frihed er i den elektroniske mediekommunikation blevet drastisk indskrænket.

Altså: Kollektivt afsendt, kollektivt forbrug.

Ganske vist er afsender-monopolet nu under nedbrydning. Der er kommet flere kanaler at vælge imellem. Men det er endnu ikke slået igennem i den måde, radio og TV produceres på og forbruges. Fundamentalt gælder det stadig, at radio og TV udsendes og forbruges i et flow, der virker determinerende både for afsender og modtager.

Den kommende digitalisering af radio og TV vil give muligheder for at ændre dette billede radikalt. Digitaliseringen vil tilvejebringe de tekniske forudsætninger for Brechts vision. Den vil i sin yderste konsekvens kunne medføre en frigørelse og af-kollektivisering af radio- og TV-mediet. Det vil muliggøre - eller rettere nødvendiggøre - en ny æstetik for medierne, et andet syn på kvalitet og nye relationer mellem de, der laver programmerne, og de der lytter til og ser dem. Disse konsekvenser vil blive belyst nærmere nedenfor. Lad os først lige med TV som eksempel se på dagens situation.

Selvom de af os, der kan huske, da vi så det første TV-apparat, bliver stadig færre, er TV som kulturfænomen stadig nyt. Det er stadig fascinerende at få levende billeder hjem i stuen. I de mange år med en enkelt kanal vænnede vi os til et forbrugsmønster, der ret beset er temmelig stupidt. At tænde for apparatet og så se på det hele i en lang strøm. Vi åbner måske for et bestemt program, vi gerne vil se, men bliver så hængende og ser det næste, og det næste, til vi et par timer senere slukker og går i seng med en ærgerlig erkendelse af at have spildt god tid, der kunne være brugt til noget andet. Vi gør det måske ikke selv. Men naboen gør ! Gennemsnitligt ser danskeren mere end 2½ time TV hver dag.

På hvilke andre forbrugsområder ville vi opføre os sådan ? Meget få spiser sig igennem hele menukortet på en restaurant eller beder om lidt af alle retterne. På et bibliotek vælger vi de bøger ud, vi har lyst til at læse. Meget få begynder øverst til venstre på reolen med Kjeld Abel og læser sig hele vejen igennem bogsamlingen til Jeppe Aakær nederst til højre. Men foran TV-apparatet opfører vi os som om vi er alttædende. Derfor er det jo ikke mærkeligt, at folk ofte bliver sure, når der kommer et program, de ikke synes om eller ikke

interessere sig for. Gud ske lov har vi forskellig smag og forskellige interesser. Og TV-programmerne er ikke - og må ikke blive - en grå gennemsnitsstrøm, der interesserer alle lige meget. Men den seer, der skriver et surt brev til DR om et uinteressant program forrige onsdag aften mellem kl. 20 og 20.30, ville jo næppe klage til kulturudvalgsformanden i sin kommune over, at der på biblioteket står ind til flere bøger, han slet ikke har lyst til at læse.

Når det drejer sig om bøger og anden massekommunikation i den Gutenbergske teknik, har vi vænnet os til det individuelle valg og forbrug. På TV-området har vi endnu ikke nået den samme modenhed.

Og vi bliver heller ikke hjulpet til det af afsenderen. For vi arbejder jo på TV-stationerne bevidst på at fastholde seerne i kanalens flow. "Stay tuned on this channel" siger man på amerikansk TV. "Hold ud", siger vi i Danmark og viser en lille forsmag på programmet, der kommer efter vejrudsigten, underholdningsprogrammet eller det smalle kulturprogram, der kunne friste nogle til at zappe væk. Aftenens programflade bygges bevidst og med stor professionalisme op på en måde, der skal sikre, at flest muligt seere bliver længst muligt på kanalen. På radioområdet gør det samme sig gældende. Den kanalstruktur, vi arbejder med i DR (med P1, P2musik, P3 og Danmarkskanalerne), og som har sit modstykke i de fleste andre lande, baserer sig på det forhold, at lytterne i meget vid udstrækning er "kanalloyale", dvs. har deres radioapparat indstillet fast på en kanal og hører de udsendelser, den bringer i et flow.

En væsentlig del af kritikken - især mod TV-mediet - hænger således ganske enkelt sammen med den måde medierne anvendes, både af afsender og modtager. Hvad er det så for saliggørende ændringer, der ovenfor blevet stillet i udsigt med indførelsen af den digitale teknik? Hvordan kan digitaliseringen sidestilles med Gutenbergs opfindelse?

Først lidt om selve teknikken. Digitaliseringen indebærer, at radio og TV kommer til at arbejde med samme teknik som en computer. De hidtidige tekniske grænser mellem radioapparatet, TV-apparatet og PC'eren vil forsvinde. Vi kan allerede i dag på det danske marked købe apparater, der på en gang fungerer som radio, TV og PC'er. De digitale radioforsøg, som DR begyndte i efteråret, vil i løbet af et par år føre til, at også radioapparater bliver forsynet med billedskærm, der bringer supplerende oplysninger om radioprogrammerne eller viser billeder af symfoniorkestret fra torsdagskoncerten. Radio- og TV-programmer kan i den digitale teknik komprimeres, så de billigere, hurtigere og mindre pladskrævende kan sendes i kabler og via satellit. Den digitale komprimering gør det muligt at sende mange flere programmer parallelt.

Hvor kanaler (dvs. sendefrekvenser) i dag er en mangelvare, som begrunder slagsmålet om, hvem der skal have lov til en ekstra kanal, er det med den digitale teknik muligt at sende et praktisk talt ubegrænset antal kanaler. Og her taler vi ikke om en fjern, utopisk fremtid. I de nærmeste par år vil der efter alt at dømme komme 2-300 nye digitale TV-kanaler i Europa, som også vil kunne ses i Danmark. De første 20-30 kommer allerede i 1996.

De aller fleste af de mange nye kanaler vil blive betalingskanaler, og mange af dem vil formentlig blive niche-kanaler, der henvender sig til små målgrupper. En specialkanal til

lystfiskere, en om motorcykler, en med cowboy-film, med ballet, med havebrug, med børsanalyser osv. osv. Næsten alle vil de blive sendt til hele Europa i nationale versioner. En lille markedsandel kan godt give det fornødne finansieringsgrundlag, blot markedet er stort nok.

En sund, skeptisk normaldansker vil her sige: "Spis brød til ! Det er jo helt urealistisk. Hvem gider at se på så mange kanaler. Det kan meget vel blive teknisk muligt, men derfor behøver det ikke blive til virkelighed". Men vi er allerede ud over det rent tekniske stade. Markedet er ved at indrette sig på den nye situation. Der investeres milliardbeløb og de store virksomhedssammenlægninger og -overtagelser, vi ser på medieområdet i udlandet, har deres egentlige baggrund i denne udvikling. Så nogen må tro så meget på det, at de investerer deres penge i det.

Og så er vi tilbage ved hovedspørgsmålet. Hvad betyder denne digitale tekniske udvikling for den måde, vi bruger medierne på ? Meget få seere vil komme til at bruge 2-300 TV-kanaler. Med almindelig standardzappehastighed vil det tage ca. tre kvarter at zappe sig igennem så mange kanaler. Og så kan man begynde forfra, for der er kommet nye programmer i "den anden ende". Derfor vil seerne holde op med at zappe, når de søger efter noget at se. I informationssamfundet bliver problemet ikke at få information nok, men tvært imod at kunne sortere og finde det, man interesserer sig for. Det gælder også for TV-sening. Derfor udvikles der nu såkaldte "set top boxe" og TV-apparater med en computer, en såkaldt "programme guide", der på tværs af de mange kanaler kan finde lige netop den type programmer, som den enkelte seer interesserer sig for. Man koder sine præferencer ind på forhånd. Hver gang man tænder apparatet, viser en menu så et passende udvalg af ønskeprogrammer, man kan vælge imellem.

Det betyder i virkeligheden, at hver enkelt seer danner sin egen individuelle programflade på tværs af afsenderkanalerne. Ingen af os vil komme til at se de 2-300 kanaler. Vi vil se én kanal - vores egen. Ganske som bogtrykteknikken gjorde individualiseringen af modtagersiden mulig, vil digitaliseringen kunne "af-kollektivisere" TV-seningen.

Det næste skridt i frigørelsen kræver yderligere tekniske landvindinger. Den kombinerede udvikling af kabelteknologi og komprimering vil gøre forbruget af radio og TV tidsmæssigt uafhængigt af afsenderen. Når vi - og det eksperimenteres der allerede med flere steder i verden - individuelt kan bestille et bestemt program hjem ("video on demand") fra et eller flere store computerlagre og se eller lytte til det, når vi selv har tid og lyst, har vi opnået samme individuelle forbrugsfrihed som læseren har i forbruget af bøger eller aviser. Forbruget af radio og TV vil billedlig talt blive som at gå på biblioteket, hvor man kan vælge mellem programmer på de mange "betalingshylder" og licensfinansierede gratisprogrammer på "public service hylderne". Et lille, meget lille eksempel på dette er programmet "Ved dagens begyndelse", der sendes normalt på P1 alle hverdage kl. 6.55. For at imødekomme ønsker fra en del lyttere om at kunne høre det på andre tidspunkter, kan man nu ved opkald på en telefon selv bestemme forbrugstidspunktet. Det er et lille fremtidspip, men det er blot begyndelsen.

I betragtning af hvor underordnet en rolle disse perspektiver har spillet i de seneste måneders mediedebat, skulle man tro at vi her taler om en tidshorisont, som da Jules Verne skrev Rejsen til månen. Men der vil ikke gå hundrede år, før den digitale medieverden slår

fuldt igennem. Den er som sagt allerede begyndt, og det billede, der er tegnet ovenfor, vil blive dagligdag inden for de næste 10-15 år. Derfor bør vi indstille og forberede os på det allerede nu. For det vil på dramatisk vis ændre den måde, radio og TV bliver produceret, transporteret og forbrugt på.

Rollefordelingen mellem afsender og modtager bliver en anden. Et lille eksempel fra det virkelige radio-liv. NRK (Norsk Riks Kringkasting), den norske parallel til DR, er nu begyndt at lægge radioprogrammer ud på Internettet. DR går igang i nær fremtid. Det betyder, ligesom eksemplet ovenfor med "Dagens begyndelse" over telefonen, at folk med adgang til Internettet uafhængigt af tid og sted kan høre programmerne, når de selv vil.

Men NRK-forsøgene åbner op for yderligere helt nye perspektiver af endnu mere revolutionerende karakter. Grænserne mellem afsender og modtager, mellem programmedarbejder og lytter begynder at forsvinde. For ligesom alle med adgang til Internettet i dag kan lægge tekst og billeder ud til almindelig afbenyttelse, kan man også lave sine egne "radio"-programmer og give andre adgang til dem via Internettet. Hvor græsrodsradio i dag forudsætter, at producenterne samles fysisk omkring en relativ dyr udrustning, vil det på Internettet med billigt udstyr (både til optagelse, bearbejdning og spredning) være muligt at lave et redaktionelt og produktionsmæssigt fællesskab mellem mennesker, der bor på stor afstand af hinanden.

På lydsiden (det vi i dag kalder radio) er det altså allerede igang. Brechts 70 år gamle ide bliver nu virkeliggjort. Det vil inden længe også ske med de levende billeder, tele-vision. De hidtidige muligheder for at styre og monopolisere massekommunikation vil forsvinde. Den institutionalisering og industrialisering af afsendersiden, som Gutenbergs bogtryksteknik efterhånden medførte, og som blev yderligere forstærket med radio og TV, vil blive afløst af en ny kommunikationsmæssig frihed. En frigørelse, der vil fremkalde nye sider af kvalitetsbegreberne, som vil ændre på rollefordelingen mellem afsender og modtager, og hvis kulturpolitiske virkninger, vi knapt kan ane.

Allerede de seneste års brud med de elektroniske mediers monopol har banet vej for en ny opfattelse af kvalitet i radio- og TV-udsendelser. Fra den monopolistiske afsenders egne professionelle standarder fastlagt i et mere eller mindre snævert kollegialt samspil til et langt mere komplekst kvalitetsbegreb, der også må tage udgangspunkt i de oplevelser, som programmerne skal give seere og lyttere. I den ekstreme version ses det i kommercielle stationers målrettede kamp om seer- og lyttertall. Men også licensfinansierede public service stationer retter nu langt mere opmærksomhed mod de forventninger og ønsker, som lyttere og seere har til udsendelserne, hvad enten der er tale om "brede" programmer til store målgrupper eller "smalle" programmer, der henvender sig til mennesker med særlige interesser. Netop public service stationernes ambition om at kunne begge dele nødvendiggør et nuanceret syn på og en mere bevidst håndtering af kvalitetsbegrebet, således som den store undersøgelse ("People and Programmes"), som BBC har gennemført i de sidste par år, er et interessant eksempel på.

De interaktive muligheders ophævelse af afsendermonopolet vil føre os endnu videre. Men hvorhen? Vil det på sigt indebære, at professionalismen og dens kvalitetsstandarder drukner i den rene skinbarlige "hjemmevideo-amatørisme" og åndelige forurening? Vil dagens nationale og autoritative Radioavis blive stillet i skyggen af enøjet propaganda og

almindelig naiv utroværdighed ? Eller vil digitaliseringen give vækstbetingelser for en ny folkelig mediekultur, som vil stille nye og måske skærpede krav til form og indhold ? Vil de, der selv kan bidrage og lege med, blive mere bevidste og selektive forbrugere ? Og vil der frem fra det interaktive net myldre nye talenter med et helt andet forhold til lyd og billed end det, vi finder hos de, der kommer fra de autoriserede uddannelses- og produktionssteder ?

Ligesom fotografiet i slutningen af 1800-tallet ændrede malerkunstens billedsprog i retning af det, der ikke lod sig fotografere, kan man forestille sig en fremtidig rollefordeling inden for de elektroniske medier, hvor de etablerede radiofonier - såvel kommercielle som licensfinansierede - især tager sig af de stofområder og anvender sig af det lyd- og billedsprog, der kræver ganske særlige forudsætninger og ressourcer.

Digitaliseringen giver nye frihedsmuligheder. Men den rummer også nye farer. Lad os nøjes med at pege på to meget konkrete.

Den digitale kommunikation skal føres ad veje, de elektroniske "motorveje". Og det bliver ikke nødvendigvis stats-, amts- og kommuneveje. Det er også langt fra sikkert, at færdselsreglerne bliver fastagt af offentlige myndigheder og at adgangen bliver fri. Tunge kapitalinteresser kæmper i disse år en kamp om kontrollen over og indtægtsmulighederne fra den fremtidige færdsel. Det er netop en af grundene til de virksomhedsovertagelser og -sammenslutninger, vi nu ser inden for medieverdenen. Her er - når vi ser medier, telekommunikation og EDB-området under ét - tale om en fremtidig milliardindustri. De mange penge vil ikke komme fra reklameindtægter, men fra husstandenes køb af programmer og fra betalingen for transporten gennem nettet. Derfor kæmpes den hårdeste kamp - også her i landet - for tiden om kontrollen over systemer til leverance, kodning og betalingsopkrævning. Spørgsmålet er, om der i længden bliver tale om en reel, fri konkurrence i et åbent marked. Allerede nu tyder meget på, at en lille håndfuld multinationale virksomheder vil dele markedet imellem sig.

Lige, når en ny liberalisering og frigørelse er inden for rækkevidde, truer en endnu stærkere monopolisering.

Den anden fare, der lurder, er den kendte risiko for, at vi i brugen af de nye digitale muligheder forstærker opdelingen i et A- og B-hold. Det tog flere hundrede år, før Gutenbergs teknik kunne udnyttes af de store befolkningsgrupper. I en meget lang periode var det forbeholdt de få, der kunne læse og skrive. Selv med den nuværende eksplosive udbredelse af PC'ere og internetadgang vil det i mange år endnu være et fåtal, som deltager aktivt i interaktiviteten. Den ressourcestærke minoritet vil gennem digitaliseringens nye muligheder blive endnu mere informationsstærk (både som afsendere og modtagere), og der vil fremkomme endnu dybere kløfter mellem de få, der kan udnytte de nye muligheder, og de mange som ikke kan.

DR blev for 70 år siden etableret som et statsejet monopol ("Statsradiofonien") for at sikre en politisk kontrol over det nye medie. Licensfinansieret public service har i den nuværende konkurrencesituation fået en anden - og langt vigtigere - mission og rolle. Hvordan ser situationen ud om 10-20 år med en digital atomisering af massekommunikationen ? Hvad kan vi gøre for, at den kommunikationsmæssige frihed, vi har inden for rækkevidde, ikke

bliver monopoliseret allerede i fødslen eller sat over styr i et informationsmæssigt klasse-samfund ?

I en dansk sammenhæng vil det være fristende - men måske lidt naivt - at drage en parallel til den krise, dansk landbrug kom i for godt 100 år siden, da billigt korn fra de russiske stepper og den amerikanske prærie takket være ny transportteknologi udkonkurrerede dansk kornproduktion. Svaret var ikke afsondring, forbud og regulering men andelsbevægelse, frimenigheder, friskoler, folkehøjskoler og Grundtvig. En folkelig, kulturel og politisk-ideologisk vækkelse, der bar en enestående økonomisk og produktionsmæssig omlægning frem. Ikke styret fra oven men voksende frem nedefra.

Kan vi forestille os en tilsvarende åndelig og kulturel imødegåelse af den digitale udfordring ? En kommunikationsmæssig "andelsbevægelse", der kan byde på et alternativ til den fortsatte atomisering og åndelige almuegørelse. En bevægelse og et fællesskab mellem de mange individer og større og mindre grupperinger "på nettet". Og kan det i givet fald blive til mere end forestillingen ? Det kræver meget mere end teknologi og tekniske færdigheder. For udfordringen er formidabel. Den klares ikke ved lidt flere, og nyere, PC'ere i folkeskolen. Hele undervisningens pædagogiske indhold og form må nytænkes, som det jo faktisk er sket i den periode, hvor den Gutenbergske teknik (skolebøger) er trådt i stedet for det levende ord. Det samme gør sig gældende for de faglige uddannelser, for de frie skoler, for folkeoplysningen og for arbejdstilrettelæggelse og udvikling på alle arbejdspladser.

I en sådan sammenhæng ligger der en ny, supplerende mission for public service og for Danmarks Radio. Som den nationale medievirksomhed, der er uafhængig af økonomiske og politiske særinteresser, skal DR fortsat sikre en fælles national programvirksomhed over, ved siden af eller under alt det nye.

Men DR vil i den digitale, danske medieverden også kunne spille en ny rolle som brobygger mellem det kendte og det nye, mellem det som er enkelt og billigt at lave, og det der kræver ressourcer og særlig faglig viden. Ikke som en neo-monopolist, der skal sortere og godkende. Men som et samlingspunkt, en ressourcebase, der stiller sin viden, teknik og kunnen til rådighed. Rollen som igangsætter og udvikler, som et kommunikationsmæssigt knudepunkt, der - for at bruge Brecht's ord - er med til at organisere tilhøreren og tilskueren som leverandør og aktør.

Christian S. Nissen