

Kronik Politiken 6. august 2014

Public service ved en korsvej

Af Christian S. Nissen

Folketingets partier gav ved medieforliget sig selv et par års tænkepause. Den får de brug for. Der skal findes et nyt kulturpolitisk fundament for public service medierne.

Lige før sommerferien indgik samtlige folketingets partier et politisk forlig om public service medierne. Bred politisk enighed henover midten har hidtil været et særtræk ved dansk mediepolitik. Men gad vide, hvor længe det holder. For når digitaliseringen af medierne i de kommende år slår fuldt igennem, vil det udfordre det system og den kulturpolitiske idé, som DR i snart halvfems år har bygget på. Derfor fortjener mediepolitikken en opmærksomhed, der rækker udover forligets umiddelbare aktualitet.

I en international sammenhæng er den brede politiske opslutning bag forliget usædvanlig. I stort set alle andre lande med public service er der mindst ét betydende politisk parti, som ønsker public service medierne nedlagt eller begrænset til en marginal nicheeksistens, som det f.eks. kendes fra USA. Sådan har det aldrig været her i landet. Ser man bort fra optakten til de tilbagevendende medieforhandlinger, hvor partierne forhandlingstaktisk plejer at trække standpunkterne lidt skarpt op, så har der faktisk været politisk enighed om behovet for en stærk public service institution. Det gælder også kravet om, at DR skal have et bredt programudbud, så alle borgere – uanset alder, interesser og smagsforskelle – kan finde noget, de gerne vil se eller lytte til.

Sådan har det hidtil været. Men disse års digitalisering af medieområdet vil få så omvæltende konsekvenser, at det vil blive noget af en politisk udfordring at fortsætte traditionen med brede medieforlig. Derfor undlod forligspartierne også klogeligt at foretage drastiske indgreb og skød i stedet den digitale bold over sidelinjen til et toårigt udvalgsarbejde. Det bliver spændende at se, hvad udvalget finder frem til. For det er jo tankevækkende, at mange af os, der har arbejdet professionelt med medier, har været blandt de sidste til at fatte karakteren og omfanget af den omvæltning, vi er midt i. Stort set alle de geniale nyskabelser, der nu truer de traditionelle medier, Google, Facebook, Netflix, Spotify osv., er udtænkt af unge mennesker, hvis innovationsevne ikke har været hæmmet af ekspertviden og erfaring fra medieområdet.

Umiddelbart lyder det så teknisk, det med digitalisering. Det er det også, men det er den nye teknologiske sociale, politiske og økonomiske aspekter, der i denne sammenhæng er det centrale. For det er på disse felter, at digitaliseringen af de elektroniske og trykte medier i færd med at vende op og ned på hele medieverdenen.

Det kan man nu få et indblik i gennem projektet ”Mapping Digital Media”, der i en seks års periode er gennemført af Soros- /Open Society Foundations. Projektet har undersøgt mediedigitaliseringens betydning for den journalistiske arbejdsplads, nyhedsformidling og mediernes relationer til den politiske og økonomiske omverden i 56 lande over hele jorden. De halvt hundrede landebeskrivelser og en snes temarapporter er nu tilgængelige på Internettet. Det er ikke uden videre et optimistisk billede, der tegnes af den digitale medie fremtid. På trods af utallige blogs og de sociale mediers store udbredelse samt et meget stort antal nye radio- og tv-kanaler, synes digitaliseringen i mange lande at føre til yderligere koncentration af magten over medierne. Publicistiske motiver for at drive medier taber terræn til stærke politisk-økonomiske interesser, som ønsker at få direkte adgang til

meningsdannelsen. Nyhedsformidlingen ensrettes eller trænges i baggrunden og udtyndes med tant og fjant.

Hvis vi fra denne noget mistrøstige internationale tangent vender tilbage til digitaliseringens forventelige konsekvenser for dansk public service, er der tale om langt større omvæltninger end den lidt beklemmende grænsefægtning mellem public service virksomheder og avisbranchen om hvem, der skal have lov - eller eneret – til at bringe nyheder i tekst på Internettet. For digitaliseringen fører til, at der i de kommende år kan stilles spørgsmål ved de traditionelle public service mediers måde at virke på – ja, i virkeligheden ved deres hele raison d'être.

Det er især kombination af nye distributionsmetoder og den måde, vi bruger medieindholdet på, som skaber al ravagen. Radio og tv programmer er traditionelt blevet distribueret som broadcast. Det vil sige, at programmerne sendes i en ubrudt strøm, i faglig sammenhæng kaldt et "lineært flow", som giver adgang for alle lyttere og seere til på en given kanal at høre og se eksakt de samme programmer inden for samme tidsrum. I monopoltiden gav det de offentligt ejede radio- og tv-stationer en uindskrænket magt til at bestemme, hvad der kunne ses og høres, og hvornår det kunne ske. Denne magt blev brugt til at sammensætte en sund, opbyggelig programdiæt, der sikrede at folk ikke nøjedes med det (underforstået, underlødige), de selv ville have valgt, hvis de havde kunnet vælge frit.

Siden monopolbruddet i 1980'erne, der gav mulighed for at vælge mellem flere kanaler, er kanal-flowets greb om lyttere og seere gradvist blevet mindre. Det kan lidt forenklet beskrives i tre faser, som hver for sig i stadig højere grad har udfordret public stationernes samfundsmæssige, folkeoplysende rolle.

Første fase var her i landet den halve snes år, hvor DR og TV2 nærmest var enerådende i æteren. Konkurrencen førte til, at programmerne på de to kanaler blev lagt i en bevidst flow styret rækkefølge, så seerne blev fastholdt og ført frem gennem en række underholdende, populære programmer og videre til nyheder og andre oplysende udsendelser. Dette noget paternalistiske formynderi virkede faktisk efter hensigten. Selvom der var flere kanaler at vælge imellem, stod DR og TV2 i den periode for tre fjerdedel af al tv-sening. Man kunne derfor med rette stadig tale om public service som et samlende massemedium.

Næste fase var multikanalsystemet, hvor seerne fra begyndelsen af det nye århundrede efter hånden fik et utal af nye kanaler at vælge imellem. Her var flow redigeringen af de to gamle hovedkanaler ikke længere i stand til at fastholde seerne. Begge kanaler er hver for sig efterhånden faldet til et niveau på ca. 20 pct. af den samlede tv-sening (kilderne til disse og følgende opgørelser er angivet i fodnoten).

Tredje fase er så det fremvoksende digitale univers, hvor først og fremmest Internettets muligheder for tovejskommunikation (interaktivitet) giver to epokegørende nyskabelser. For det første muligheden for fra en stadigt voksende kreds af udbydere individuelt at vælge enkelte programmer (og andre "tjenester") on-demand, dvs. på de tidspunkter, som passer os. Hermed frigøres vi på sigt ikke alene fra stedbundne antenner, paraboler og kabler, men også fra kanalernes flow. For det andet giver Internettet nye muligheder for, at enkeltpersoner, organisationer og virksomheder mv. selv kan "publicere" tekst, lyd, billeder og video. På trods af alt det meget bras, der også findes på nettet, er der her tale om et frigørende 2. generations monopolbrud, hvis betydning og potentiale, vi endnu kun aner konturerne af.

Denne gradvise udvikling gennem tre faser har stillet DR (og til en vis grad også TV2) i en "Cach 22- situation". Den øgede individualisering af seeres og lytteres medieforbrug på flere og flere kanaler og nye platforme har gjort det stadig vanskeligere at leve op til public service tankens centrale idé om at give borgerne fælles oplevelser og indsigt. Skulle man som et

modtræk mod denne fragmentering holde fast i og nøjes med de traditionelle, samlende hovedkanaler og håbe på, at flow redigeringen ville holde sammen på stumperne, men med risiko for helt at miste forbindelsen til store dele af befolkningen? Eller skulle man selv følge med flokken af kommercielle medier og sprede indsatsen på flere kanaler og Internet tjenester, selvom det ville bære ved til fragmenteringens steppebrand?

I realiteten har der ikke været tale om en reel valgsituation. DR var som alle andre public stationer nødt til at lægge sig i medieudviklingens hovedstrøm med etableringen af en række nye nichekanaler og online tilbud. Men bortset fra DR2 på knapt 5 pct. har de nye DR kanaler alle seerandele på under 2 pct., så de har kun delvist kompenseret for seertabet på DR1, oven i købet formentlig også bidraget til det. Bortset fra drama serier, stor international sport og kongelig festivitas er det ikke længere muligt for DR at samle nationen om fælles oplevelser foran tv-skærmene. Det er tankevækkende – især i lyset af kritikken mod DR for at gøre sendefladerne stadig mere populistisk underholdende – at det gennem de seneste tyve år især er seerne med de korteste uddannelser, der er holdt op med at se public service tv. De mest trofaste har været dem med lange videregående uddannelser.

Samlet betyder hele den beskrevne udvikling, at public service stationerne er ved at miste deres klassiske, inkluderende rolle. Det gælder også den deraf afledte begrundelse for de bredt sammensatte sendeflader, hvor lyttere og seere takket være kanal flowet i samlet flok blev ført ved hånden fra underholdende til oplysende programmer. Sat på spidsen kan det være et argument for, at DR's fremtidig ligger i en begrænset niche med den opgave at producere og tilbyde særlige, danske programtyper og tjenester på Internettet, som ingen andre (i markedet) tager sig af, fordi efterspørgslen er for lille. En kulturpolitisk rolle på linje med Det kongelige Teaters.

Det ligger måske ikke lige om hjørnet, for ca. 80 pct. af al tv-sening sker stadig som traditionel broadcast. Men af den samlede sening foregår nu 12 pct. på Internettet uafhængigt af kanal flowet. Og for den yngre aldersgruppe på 15-30 år, som i sådanne sammenhænge plejer at gå forrest, er andelen næsten dobbelt så stor. Så digitaliseringen begynder at slå igennem på forbrugsmønstret.

Ja – men, er alt dette, som her så dramatisk præsenteres som en uafvendelig skæbnestund for public service, ikke blot endnu en udfordring, der kan klares ved at hugge en hæl og klippe en tå? Det er jo ikke første gang klokkerne ringer og ligklæderne tages frem for DR og de andre public service stationer. Sådan var det f.eks. også ved monopolbruddet for snart tredive år siden. Men nu er der mere i spil end en ny teknologi og ændringer i mediemarkedet. Langt mere fundamentale samfundsændringer løber parallelt med digitaliseringen, og de vil sætte helt andre rammevilkår for public service.

Den klassiske public service idé passede som fod i hose til det industrisamfund, vi nu er på vej ud af. Det var et samfund præget af en solidarisk kollektivism, som vi kender det fra f.eks. arbejdskraftens organisering og velfærdssamfundets skattefinansierede kulturpolitik. Da den statslige intervention i mediemarkedet i sidste halvdel af 1900 tallet ikke længere kunne begrundes med en teknisk manglen på frekvenser, blev der i en række europæiske lande udviklet en ny begrundelse for public service radio og tv som en måde at korrigere for de kommercielle mediers markedsfejl. Der blev her lagt særlig vægt på bredere kulturpolitiske formål som at værne de nationale kulturer og at imødekomme samfundsmæssige behov for kulturel mangfoldighed og social sammenhæng. Public service gav som massemedium borgerne lige og fri adgang til alle udsendelser. Den kollektive (licens-) finansiering gjorde brugen uafhængig af økonomisk formåen og social status. Det er næppe tilfældigt, at public service medier har udviklet deres mest rendyrkede og stabile form i de nordvest europæiske velfærdssamfund.

Sådan var det i forrige århundrede. Men nu er vi (på vej ind) i en helt anden samfundsformation, hvor individualisme, det fri valg og selvrealisering på stort set alle områder er ved at træde i stedet for den kollektive massekultur. I denne nye verden synes det digitale, Internet bårne og interaktive mediesystem, der har potentialet til at sætte individet fri, at passe perfekt. Men gælder det også for public service medier? Kan de i stedet for at tjene samfundet sættes i individets tjeneste – eller er de så uløseligt forbundne med industrialismens kollektive massekultur, at de er på vej til at blive overflødige?

De spørgsmål kan der næppe findes et klart, bredt funderet svar på. Her er vi uden for medieforskeres og eksperteres rådgivende rækkevidde. Det drejer sig basalt om værdier, om ideologi og synet på det samfund, vi ønsker at vore børn skal vokse op i. Den brede politiske enighed om DR's kulturpolitiske rolle har ind til nu været funderet i den danske folkeoplysnings tradition. Men hvad gør vi, når folket fra at være borgere i et samfund bliver individuelle forbrugere i et marked? Sat lidt skarpt og forenklet op kan det modstilles således.

På den ene side vil der sikkert være en hel del, som har svært ved at se digitaliseringen som en trussel. Tvært imod. De vil opfatte digitaliseringens udfordring for public service medierne som en befrielse fra formynderiet og årelang statslig intervention, markedsforvriddning og kollektiv tvangsfinansiering.

På den anden side vil der formentlig også være mange, som opfatter den skitserede udvikling af et nyt, digitale mediesystem som en helt reel trussel mod væsentlige samfundsværdier. De, der opfatter samfundet som mere end summen af enkelt individer, vil pege på, at der netop nu i en globaliseret verden med fragmenterede, multikulturelle samfund mere end nogensinde er behov for stærke kulturbærende medier, der kan bidrage til at give national sammenhæng og identitet.

Hvad enten man hælder til den ene eller anden anskuelse, så bliver vi nødt til at åbne Pandoras æske og møde digitaliseringens udfordring med et opladt og nysgerrigt sind. Vi kommer ikke uden om at se på public service mediernes formål, rolle og virkemåde i et helt nyt lys. Derfor er det klogt, at medieforligets parter undlod drastiske beslutninger i denne omgang og gav sig selv en længere tænkepause. Selvom det formodentlig næste gang bliver sværere at leve op til den gode danske tradition for brede medieforlig.

 Note. DR's rapport Medieudviklingen 2013 og Kulturstyrelsens web rapportering Mediernes udvikling 2014