

Mere pop i krigen om radiolytterne
Af Henrik Marstal
Musiker, forfatter, ph.d.-stipendiat

Så skete det langt om længe: De daglige kampe om tv-seernes gunst, der har stået på herhjemme i en årrække, bliver nu suppleret med tilsvarende daglige kampe om radiolytternes gunst. Den danske æter er ganske enkelt blevet populær som aldrig før, efter at det på kort tid gik op for diverse investorer og internationale mediegianter at denne æter besad et betydeligt kommercielt potentiale. Den gamle, dynamiske modsætning mellem det officielle Danmarks Radio på den ene side og de utallige lokale og regionale radiokanaler på den anden, ser dermed ud til at være endegyldigt afskaffet. I stedet indtræder der den 15. november en helt ny situation, hvor public service-orienterede og kommercielle kanaler kommer til at kæmpe om opmærksomheden, og hvor lyttertalsstørrelser vil være det primære succeskriterium. Hvis de tidlige 1980'eres spagfærdige lokalradioer befolkede af glade amatører med hang til socialt samvær udgjorde første fase i denne udvikling, var 1990'ernes semi- og helprofessionelle radiostationer med lokalt nyhedsstof og målrettet hitmusik den anden fase. Udviklingen kulminerer nu med fremkomsten af den tredje fase, der fra den anførte dato bliver en realitet med den simultane lancering af to landsdækkende, kommercielle radiokanaler foruden om kort tid et landsdækkende radionetværk. Sky Radios P5-kanal (med forpligtelser til at forestå seriøs public service-nyhedsdækning), Talpa Radios P6-kanal kaldet Radio 100FM (uden disse forpligtelser, men alligevel med en selvstændig nyhedsredaktion) samt i nær fremtid SBS Radios landsdækkende radionetværk bestående af The Voice og Radio 2, skal nu alle tage kampen op mod Danmarks Radios P3 og P4.

På forhånd ligner det alles kamp mod alle. Udadtil viser det sig ved at de nye kanaler vil profilere sig på mere eller mindre den samme mainstream-orienterede popmusik leveret af superkække studieværter, sådan som det fremgik af en artikel i *Berlingske Tidende* den 18. oktober. Indadtil viser det sig ved at de forskellige kanaler har headhuntet både chefer, bestyrelsesformænd og ikke mindst studieværter hos hinanden og fra DR.

Under alle omstændigheder bliver konkurrencen, ja kampen, for ikke at sige: krigen, tilsyneladende så hård at de første kommercielle aktører sikkert har bukket under allerede om et års tid. For nøjagtigt som det gælder i *Popstars Showtime!*-programmet på TV2, vil lytterne i den kommende tid få præsenteret en række forskellige og alligevel temmelig ens kanaler, der alle aflirer de samme mainstream-popsange døgnet rundt. Men hvor tv-seernes magt i *Popstars Showtime!* blot udspiller sig inden for rammerne af programmets koncept, er radiolytternes magt helt og aldeles reel. Alene ved at dreje på FM-båndet kan de kollektivt afgøre hvem der overlever i konkurrencen, og hvem der ikke gør. Vi vil sikkert komme til at se eller rettere høre mange panikløsninger og feberredninger udfolde sig. Som DR's radiodirektør Leif Lønsmann har sagt det i KODA's september-udgave af foreningens medlemsblad for komponister, sangskrivere og musikforlæggere: "Det bliver blodigt."

I samme blad siger Lønsmann også: "Musik er den enkeltfaktor, som mest af alle bestemmer hvilken radiokanal man vælger." Hvis det udsagn er rigtigt, ser netop DR på forhånd ud til at kunne blive de store vindere i radiokrigen, forstået på den måde at P3's og P4's nuværende andele af lytterskaren ikke vil blive berørt. Det er der i hvert fald to årsager til. For det første har DR, i modsætning til dengang monoopolet for tv faldt, lært lektien ved denne gang tilsyneladende at være godt rustet til de ny tider. For det andet har DR stor erfaring i at udfordre og pirre sine lyttere ved at playliste undertiden overraskende eller ukendte numre, og ved fortsat at præsentere lytterne for specialprogrammer. Ganske vist har især P3 har været udsat for berettiget kritik af musiksendefloden gennem de seneste par år, men langt hen ad vejen har både P3 og P4 i kraft af disse udfordringer søgt at signalere kvalitet, mangfoldighed og nysgerrighed til sine lyttere, hvilket har givet de to kanaler megen credit. Endelig er

DR for det tredje sandsynligvis den eneste aktør i radiokrigen der aktivt formidler dansk kultur. I en kommentar i *Berlingske Tidende* tilbage i juli måned sagde chefen for DR Kultur, Leif Holst Jensen: ”For en kulturnation som Danmark [...] ville det være ønskeligt med endnu flere aktører, der skabte kulturradio. Vi har masser af spændende musikere, dygtige forfattere, skuespillere og kunstnere, der nu fortsat kun har DR at samarbejde med. DR er således fortsat alene om at give en fyldesgørende dækning af, hvad der sker inden for dansk kultur.” Den førømtalte kritik af P3 kan ses som et udtryk for at radiolyttere generelt er blevet mere og mere kritiske de senere år. Hvis de seneste års omfattende interesse for danske kulturudtryk inden for blandt andet musik fortsætter, er der grund til at antage at lytterne får noget at kritisere hos de kommercielle radiokanaler, hvor dansk musik højst sandsynligt vil være mere eller mindre fraværende som følge af kanalernes overensstemmende ønsker om at skabe radio med en international sound.

I den omtalte artikel i *Berlingske Tidende* fra den 18. oktober fremgår det at man både hos Sky Radio/P5 og Talpa Radio/P6 vil spille mainstream-orienteret ”musik for voksne radiolyttere”, fra Tina Turner og Abba over Sting og Celine Dion til Tim Christensen og Dido. Begrundelserne for dette profilvalg er ikke svære at gætte sig til: Dels er de kommercielle radiokanaler i modsætning til DR ikke forpligtet på at spille dansk musik – herunder dansksproget musik, og dels er kanalerne ganske enkelt nødt til at spille den musik, der giver dem flest lyttere. Man kalkulerer derfor tilsyneladende at det er bedst at give lytterne musik, der ikke (længere) provokerer, udfordrer eller på anden måde får lytteren revet ud af sin vante *feel good*-position foran højttalerne. For kun derved forhindrer man at lytteren skulle gøre det unævnelige: At skifte kanal, hvilket ville være endnu værre end at slukke for radioen. Sommerens og efterårets debatter om de nye kanaler har været præget af bekymring om hvorvidt især den public service-forpligtede P5-kanal vil kunne levere nyhedsdækning af tilstrækkelig kvalitet. Men som det fremgår, er der grund til også at være bekymret over indholdet af den musikalske sendeflade, der kommer til at optage langt den meste plads i æteren på Sky Radio. Ganske vist har kanalens administrerende direktør, Kasper Krüger, på forhånd gjort meget ud af at fortælle at man gennem ihærdige undersøgelser lader lytterne selv afgøre hvilken musik de vil høre på kanalen. Lytterne får efter denne filosofi hvad de vil have – som om det skulle være noget nyt i dansk radiohistorie. Men det var netop denne filosofi som Poul Henningsen helt tilbage i 1958 kritiserede i *Politiken* under overskriften ”Forloren folkelighed”. For nok får folk hvad de vil have, hvis man spiller populære hits. Men det er ikke det samme som at de får hvad de har brug for, hævdede han. Krüger ved tilsyneladende absolut intet om hvad der er brug for. I *Jyllands-Posten* den 29. august udtalte han at Sky Radio primært vil satse på at spille pop og helt vil afholde sig fra at spille eksempelvis hip hop og rock. Specifikke genrer er altså på forhånd ekskluderet, tilsyneladende fordi de ikke passer ind i en lyttevenlig, *flow*-orienteret sendeflade. Derfor er det også nærliggende at antage at det bestemt ikke er alle lytteres ønsker man lytter efter. Med andre ord: Hykleriet lurer i kulisserne.

Det har med rette været fremført i debatten at monopolbruddet er en fordel for den æterbårne nyhedsformidling. Men både Sky Radio P5, Radio FM 100 og SBS Radio aktualiserer med deres fremkomst en gammelkendt, trist mediesandhed: Nemlig at et større udbud ikke fører til øget mangfoldighed – snarere tværtimod. Den musik, der formår at udfordre, pirre og for et øjeblik skubbe lytteren ud af sin vante position, kort sagt den musik der er i stand til at ændre lytterens livsanskuelse, ja den vil næppe få bedre kår med de nye kanaler, specielt ikke når den hårde indbyrdes konkurrence tages i betragtning. Musik sunget af skæve eksistenser som Tom Waits, Nick Cave, Janis Joplin eller for den sags skyld Allan Olsen, vil der ikke komme mere af i æteren. Det siger næsten sig selv at politiske artister eller artister der repræsenterer alternative leveformer, næppe heller vil få mere plads. Med andre ord bliver det i højere grad radiomediet som sådan der fremover kommer til at sætte den gældende musikalske dagsorden, ikke lytterne og slet ikke de udøvende musikere selv.

Lad gå med at der på de nye kanaler næppe vil blive produceret meget kulturradio i Leif Holst Jensens betydning af ordet – det monopol ser DR ud til beholde en tid endnu. Det er langt værre at den kulturelle mangfoldighed, ja forpligtelsen til at *være* kulturel mangfoldig, helt og holdent ignoreres. For derved bliver lytterne i sidste ende ladet i stikken, uanset at man på kanalerne giver indtryk af det modsatte. Derfor er der al mulig grund til at være opmærksom på de nye kanalers videre liv i det danske medielandskab. Den hårde indbyrdes konkurrence vil muligvis få musikudbuddet til at blive endnu mere forudsigeligt og *safety first*-orienteret end der allerede er lagt op til. Samtidig hindres den kulturelle mangfoldighed også af det forhold at man på kanalerne ikke har nogen særskilt interesse i at spille dansk musik, med mindre den råhitter i forvejen. Kanalerne er derfor med til at afnationalisere det danske mediebillede yderligere. Og det er en betænkelig udvikling, fordi samspillet mellem dansk kultur og danske medier derved bliver yderligere forringet, hvilket hverken udøvere eller lyttere kan være tjent med i længden. Som Leif Holst Jensen også gør opmærksom på i sit indlæg, har det eneste krav, man fra officiel side har stillet for at bortlodde sendetilladelser, været et økonomisk krav. Krav til indhold, til kvalitet i udbuddet, til mangfoldighed – disse krav blev aldrig formuleret. Længere end til pengepungen rakte visionerne åbenbart ikke, og det er vi, nogle få måneder efter den indbringende auktion hvor henholdsvis P5 og P6 blev solgt, nu i færd med at betale prisen for. Det er sandt at et samfund har de forhold det fortjener. Også på medieområdet.