

Nabolandskultur i Norden – udbredelse, adgang og brug

En udredning om øget spredning og tilgængeliggørelse af nordisk kultur
Christian S. Nissen

Resumé af udredningens hovedresultater og anbefalinger

Undersøgelsen af, hvad der kan gøres for at øge spredning, tilgængelighed og brug af nordisk nabolandskultur, er som allerede nævnt i forordet afgrænset til den del af kunst- og kulturområdet, hvor man uden væsentligt tab af kvalitet og oplevelsesmæssig værdi kan frembringe, distribuere og forbruge kunst og kultur i digital form. Konkret er der udvalgt følgende kulturområder: Litteratur, musik, film, aviser, radio og fjernsyn samt computerspil. Indenfor hvert af disse områder er det undersøgt, i hvilket omfang, tekniske, markedsbetingede og individrelaterede barrierer hæmmer spredning af kulturtilbud på tværs af de nordiske grænser og borgernes adgang til og anvendelse af dem. Det har i undersøgelsens forløb på flere kulturområder vist sig vanskeligt at fremskaffe et dækkende datagrundlag, der muliggør sammenligninger landene imellem. Derfor er der gennemført en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse blandt i alt ca. 4.500 borgere i de fem lande, som har gjort det muligt også at belyse deres interesse for forskellige kulturtilbud fra nabolandene og i hvilket omfang, de gør brug af dem. Rapporten afsluttes med nogle overvejelser over, hvilke muligheder der er for at øge spredning, tilgængelighed og anvendelse. Undersøgelsens resultater og anbefalinger er sammenfattet i afsnittene 11 og 12, men er her resumeret i følgende hovedpunkter.

1. Anvendelsen af nordisk nabolandskultur er relativt lille.

Den helt overvejende del (9 ud af 10) af nordiske borgere bruger sjældent eller aldrig kultur fra nabolandene. TV og litteratur (oversat) er de områder, hvor anvendelsen af nabolandskultur er højest. For nogle vil det være et skuffende lavt tal. Man skal blot her være opmærksom på, at det omvendt betyder, at ca. 2,5 mio. nordboer ofte eller jævnligt gør brug af nabolandskulturen. Det må i sig selv betragtes som et meget stort antal og bekræfter kulturudvekslingens betydning.

2. Brugen af nabolandskultur ligger væsentligt lavere end af hjemlandets kulturudbud

Om det lave forbrug af nabolandskultur er for lavt, er et skøns- og holdningsspørgsmål. Men undersøgelsen viser, at det ligger markant lavere end den tilsvarende anvendelse af hjemlandenes kultur. Der er med andre ord et væsentligt, uudnyttet potentiale af kulturtilbud. Udredningen retter på den baggrund søgelyset mod, hvad årsagerne til den lave anvendelse kan være.

3. Der er både tekniske og markeds-mæssige begrænsninger for spredning og tilgængelighed. Men

de er ikke afgørende barrierer, og vil formentlig blive mindre i fremtiden.

Udredningen påpeger, at det kommercielle marked står for den helt overvejende del af distribution og tilgængeliggørelse af nordisk kultur. De praktiske udnyttelsesmuligheder begrænses (stadig) af en række tekniske og markedsbetingede barrierer (f.eks. forskellige tekniske/digitale standarder, ophavsret, utilstrækkelige forretningsmodeller på det digitale område). Men disse barrierer synes ikke at være den afgørende forklaring på den relativt lave anvendelse, og de vil formentlig i fremtiden blive mindre takket være de nye digitale muligheder. Undersøgelsen viser en betydelig interesse for Internettet som en ny og nemmere adgang. Men interessen kølnes betydeligt, når betaling for brug af Internettjenester kommer på tale. Generelt synes et væsentligt problem for den nordiske kulturspredning i den markedsdominerede distribution at være manglende efterspørgsel, og efterspørgsel er tæt knyttet til "kundernes" kendskab til og interesse for udbuddet.

4. Den relativt lave interesse for nabolandenes kultur er formentlig en væsentlig forklaring på den ringe udnyttelsesgrad.

Blandt de mange nordiske borgere, som sjældent eller aldrig anvender nabolandenes kultur, forklarer 8-9 ud af 10 det med, at de ingen eller kun lille interesse har for det. Størst interesse er der på områderne TV, film, musik og litteratur. Mindst på radio, opera, aviser, billedkunst og computerspil. Manglende adgang til kulturudbuddene synes at spille en mindre rolle. Den relativt lave interesse kan imidlertid i et vist omfang også skyldes ukendskab til de kulturtilbud, som faktisk er til stede. Denne sammenhæng mellem kendskab, interesse og forbrug er naturligvis vigtig i overvejelserne om, hvad der kan gøres for at øge anvendelsen.

5. Der er forskelle i brug og interesse mellem forskellige befolkningsgrupper, men de er ikke store.

Med en bred pensel kan der tegnes følgende, generelle billede af, hvilken betydning demografiske, social-økonomiske og andre individrelaterede forhold har for de nordiske borgeres interesse for og anvendelse af nabolandskulturen: Både interesse og anvendelse stiger med alder, uddannelsesniveau og urbaniseringsgrad (dvs. at begge dele er størst i hovedstæderne og mindst på landet). Svarpersonernes hovedbeskæftigelse synes i sig selv ikke at have nogen væsentlig indflydelse. Det samme synes overraskende at være tilfældet for svarpersoner med nedsat hørelse og syn. Sammenlignes de fem nordiske lande synes interessen for og anvendelsen af nabolandskulturen at være størst i Island og Norge, mens den er mindst i Sverige og Finland med Danmark i en mellemposition.

6. En indsats for at fremme spredning, tilgængelighed og anvendelse af nordisk kultur må rettes mod barrierer såvel i markedet som blandt borgerne.

Da det lave forbrug skyldes en kombination af forhold i markedet (se pkt. 3) og blandt borgerne (se pkt. 4 og 5), må en indsats for at øge spredning, tilgængelighed og anvendelse rettes mod hele fødekæden fra de, der frembringer kunst og kultur, over producenter og distributører til slutbrugerne/borgerne. Der skal findes veje til at inddrage og etablere et samvirke mellem en større kreds af aktører: Kunstnere, kultur-”producenter”, virksomheder, interesseorganisationer, skoler og andre uddannelsesinstitutioner, folkelige foreninger og offentlige instanser, herunder nordiske samarbejdsorganisationer.

Den store udfordring er imidlertid, at de kommercielle markeder inden for de forskellige kulturområder som f.eks. litteratur, musik, film, aviser, radio og TV, består af meget store og vidt forgrenede brancher, der hver for sig har en milliardomsætning. Det er svært at forestille sig, at der – selv med en fælles nordisk (offentlig) indsats - kan øves væsentlig indflydelse på disse virksomheders rentabilitetsvurderinger og incitament strukturer, ikke mindst fordi de for flere kulturområders vedkommende er en del af et større, internationalt marked. Endelig må det nævnes, at behovet for at øge borgernes interesse for nordisk nabolandskultur ikke er nemt at imødekomme. Dertil kommer, at selv med store informationskampagner og marketingbudgetter ændres normer, præferencer og adfærd blandt millioner af borgere kun på længere sigt.

7. Anbefalinger: Hvad kan der på kortere og længere sigt gøres for at fremme spredning, tilgængelighed og anvendelse af nordisk kultur?

Rapportens sidste afsnit (12) behandler en række mulige indsatsområder for at forbedre spredning, tilgængelighed og anvendelse af nordisk nabolandskultur. Det sker ved en belysning af mulige initiativer inden for de tre hovedelementer i kulturens ”fødekæde”: 1) Frembringelse af kunst og kul turgoder, 2) (Masse-) produktion, distribution og salg af kulturgoder og 3) Forbrug hos slutbrugerne / borgerne. Blandt flere mulige initiativer peges der særligt på tre områder:

- Harmonisering af digitale (tekniske) standarder.
- Harmonisering af copyright lovgivningen og modernisering af rettigheds klarering.
- Etablering af et forskningsbaseret, løbende kundskabs- og dokumentationssamarbejde på hele kulturområdet ved en udbygning af NORDICOM's nuværende aktivitetsfelt.