



Danmarks Radio og de unge lyttere

Af Stefan Samsøe-Petersen

Gennem de seneste år har DR mistet mange unge lyttere. Ikke fordi interessen blandt unge for at lytte til radio er blevet mindre - de lytter blot til noget andet end DR. Og de seneste lytterundersøgelser har vist, at DR's radiopublikum i dag har en højere gennemsnitsalder end befolkningen som helhed.

Artiklen redegør for historien bag ungdomsprogrammerne og prøver at fremlægge, hvad der i dette perspektiv har været DR's styrke over for konkurrenterne i forhold til de unge lyttere. Og med unge menes her unge under 20 år.

Artiklen bygger både på de erfaringer, som programpolitisk er indhøstet og på de analyser som medieforskere i og uden for DR har foretaget af ungdomsprogrammerne. På basis heraf diskuteres, hvad DR kan gøre i forhold til ungdomslytterne.

Hvad sender DR til de unge? Et simpelt spørgsmål, men det har aldrig - synes jeg - været let at besvare. DR arbejder, uden at det er sagt, med et begrebsapparat, der indeholder mindst to - måske endnu flere - kategorier: Ungdomsudsendelser og udsendelser, der retter sig mod unge (primært udsendelser med musik). Med hensyn til den sidste kategori har man så efterfølgende i lytterundersøgelserne kunnet se, at de faktisk blev aflyttet af et ungt publikum. Et begreb som målgruppe har kun konsekvent været benyttet i forbindelse med de egentlige ungdomsudsendelser.

Blandt medarbejdere (og ledere) i DR møder man også den holdning, at radioen derudover sender en lang række udsendelser, som er henvendt til hele befolkningen, og som det jo ikke er forbudt de unge at lytte til. I forbindelse med sidstnævnte har jeg ofte kunnet aflæse en klar undertekst: "Udsendelser specielt til de unge; det er ærligt talt lidt af en misforståelse. Befolkningen bliver jo på den måde inddelt i ghetto'er. Hvis man skal sende specielt for unge, kan man lige så godt tage den fulde konsekvens og begynde at sende for halte, blinde og rødhårede".

Den ægte vare

For at få et billede af de unges brug af DR's radioudsendelser i 80'erne, må man se på lytterundersøgelsernes resultater for DR's totale udbud - ikke blot for ungdomsudsendingerne. Men først skal de deciderede ungdomsudsendinger kort beskrives.

Ungdomsudsendingen i 1980'erne, var (ligesom i det meste af 1970'erne) *P4 i P1, søndag aften for unge*. Filosofien bag dette program - da det blev startet i 1973 - var at samle udsendinger for unge på ét bestemt tidspunkt, hvor de tidligere havde været spredt over hele ugen.

Vi troede ikke længere på, at unge ville orientere sig i avisernes radioprogrammer og indrette deres lytning derefter. Spredte udsendinger rettet til unge ville i længden ikke have tilstrækkelig gennemslagskraft. De unge lyttede - ligesom alle andre mennesker - når de havde tid, og når det iøvrigt passede ind i deres livsmønster - vel at mærke hvis udsendingerne kunne fange deres interesse. Med ét sendetidspunkt blev det nemmere at gøre reklame for programmet; der var kun ét tidspunkt, lytterne skulle huske. Og det var nemmere at udvikle programmet, når der var en overskuelig sendeflade og en fast stab af medarbejdere.

Ungdomsudsendingerne hørte dengang til under Børne og ungdomsafdelingen. Programchefen, Mogens Vemmer, sagde "ja tak" til søndag aften. Han var dermed en af de første, der begyndte at eksperimentere med "programflader" (i starten 2- 3 timer) i stedet for enkeltprogrammer.

Det er vist ingen hemmelighed, at navnet *Program 4* passede Mogens Vemmer ganske godt. Det antydede (endog med en vognstang) at programmet skulle være et alternativ til DR's program 1, 2 og 3 -og at der burde oprettes et nyt fjerde program (en hel kanal). Den burde efter Vemmers mening helliges udsendinger til børn og unge. Det ville være ganske passende, idet de udgjorde godt og vel en fjerdedel af befolkningen.

Gennem 80'erne har der - udover *P4* - været eksperimenteret med udsendinger for unge, hvoraf 2 skal nævnes her: *Radio Rita* sendte om eftermiddagen på P3 periodevis i løbet af året. Filosofien bag dette program var at give de unge et tilbud efter skoletid - og dermed tage konkurrencen op med lokal-radioerne inden de for alvor havde bidt sig fast (*Radio Rita* blev startet i 1983).

Dødssejleren blev sendt torsdag aften på P1. Programmet blev i første omgang lagt i umiddelbar forlængelse af et TV- ungdomsprogram, *Kajplads 114*. Placeringen lige efter TV med kraftig reklame skete i erkendelse af, at det ikke er muligt at få unge til at lytte til et enkeltprogram på en kanal, de ellers aldrig lytter til (ud over søndag aften).

For begge disse eksperimenter viste det sig, at grundfilosofien holdt: Der *var* behov for et efter-skoletid program, og der *skulle* så kraftige midler som TV som magnet til, for at det kunne lykkes at få unge til at lytte på radio til et enkelt program, på et uvant tidspunkt, på en uvant kanal.

Undersøgelserne

Observa har for DR hvert år i det meste af 1980'erne foretaget en radiofrekvensundersøgelse. Det er først og fremmest en undersøgelse, som gennem en stikprøve belyser radiolytningen hos danskere over 15 år. Befolkningen er delt op i grupper: mænd/kvinder, 15-19 årige/20-29 årige o.s.v. DR's lytterundersøgelser viser i øvrigt, at i løbet af 5 år - fra 1985 til 1989 - har 21% af de unge mellem 15 og 19 år droppet DR, idet dækningsprocenten på hverdage for denne gruppe er faldet fra 80% til 59%, mens den for befolkningen over 15 år kun er faldet med 5% - fra 85% til 80%.

TABEL 1

DR-RADIO TOTALT
DÆKNINGSPROCENTER FOR HVERDAGE

ÅR	15-19 ÅRIGE	BEFOLKNINGEN OVER 15 ÅR
1985	80	85
1986	79	84
1987	79	82
1988	73	81
1989	59	80
1990	60	78

Kilde: OBSERVA for DR

Tabel 1 viser dækningsprocenten blandt de 15-19 årige, der har lyttet til DR i perioden 1985-90. Ved dækningsprocenten forstås den procentdel af en gruppe, der har lyttet til DR. Tabellen viser, hvor voldsomt faldet har været: I løbet af fem år har 18% af de unge droppet DR. I 1985 var den gennemsnitlige dækningsprocent på ugens fem første dage blandt de 15-19 årige 80%. På 3 år mistede DR 7%, og 14% faldt fra i løbet af 1989. Til sammenligning var der en nedgang i dækningsprocenten for alle aldersgrupper på 7% i perioden 1985-90. Tabellen viser også, at der i 1985 var en forskel på voksen- og ungdomslytning på 5%. Denne forskel var i 1990 18% !

Det var det overordnede billede. I det følgende vil jeg prøve at indkredse, hvor lytterfaldet er sket. Dels ved hjælp af en specifik undersøgelse dækkende årene 1983-87, dels ved en nærmere analyse af radiofrekvensundersøgelserne fra 1987- 90.

Ungdomsprogrammerne 1983-87

En specialundersøgelse, "De 13-18 åriges radiovaner" (Marosi 1988), viser noget om lytterudvikling på et udvalg af programmer i årene 1983-87. Undersøgelsen dækker en række udsendelser fra de decidede ungdomsprogrammer (*P4* og *Radio Rita*) til udsendelser, der først og fremmest lyttes af et ungt publikum (*Hej P3*, *Studie 85*, *Studie 86* etc), samt 7'eren på P3. Sidstnævnte var tænkt til et yngre publikum (målgruppe de 15-45 årige).

Allerede på det tidspunkt da rapporten udkom, kunne vi i DR se, at der var problemer i forhold til det unge publikum. P4 holdt, hårdt trængt, skansen. *Radio Rita* foretog et gevaldigt styrtdyk fra en bragende succes i starten i 1983 til et program med et rimeligt solidt tag i lytterne, da det sendte sidste gang i 1987. For *Radio Rita* gjorde der sig det særlige gældende, at det var et program, der kun sendte nogle måneder om året, i begyndelsen 4 gange om ugen og til sidst 3 gange om ugen. *Hej P3* oplevede i den beskrevne periode et endnu større styrtdyk end *Radio Ritas*.

Lokalradioerne (nær-radioerne) begyndte at sende i 1983, men undersøgelsen inddrog dem først fra 1985. Det er dog tydeligt, at de fik en betragtelig del af de unge lyttere. Det må konkluderes, at DR i denne periode ikke formåede at tage konkurrencen op med lokalradioerne i forhold til de unge lyttere. Det er min vurdering, at DR's indsats var for spredt, når det gjaldt programmer med journalistisk indhold (*Radio Rita*) og for fantasiløs, når det gjaldt udvikling af musikprogrammer (*Hej P3*). Men trods alt var DR i jævnlig kontakt med over halvdelen af de unge via musikprogrammerne på P3 og med knapt en trediedel via det overvejende taleprogram på P1.

Unge lytning til programfladerne i årene 1987-90

Tabel 2-3 viser dækningsprocenter fra radiofrekvensundersøgelserne 1987-90, fordelt på forskellige aldersgrupper. P2 er ikke medtaget, dels fordi lyttertallene er forholdsvis små, dels fordi der derudover er tale om regionale udsendelser, hvis lyttertal varierer fra region til region.

TABEL 2

DR-RADIO-P1
DÆKNINGSPROCENT
hele døgnet

Hverdage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	15	18	17	4	4	9	26	48
1988	13	17	15	7	6	8	23	39
1989	12	13	13	2	4	6	20	36
1990	12	14	13	6	5	7	18	37

Lørdage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	13	16	15	3	1	7	26	40
1988	10	13	12	6	3	5	18	35
1989	8	10	9	2	2	3	14	30
1990	9	10	9	2	1	4	13	34

Søndage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	13	16	15	14	4	7	20	41
1988	11	14	12	15	5	5	16	35
1989	9	10	10	8	3	4	13	29
1990	10	11	10	11	5	3	15	29

Kilde: OBSERVA for DR

Lyttertallene for P1 er for de unges vedkommende så relativt små, at vi også kan se bort fra dem. Dog skal det bemærkes, at søndagene på P1 i mange år har ligget ret konstant, dykket i 1989 skyldes efter al sandsynlighed statistisk usikkerhed. Men også for P4 gør en vigende tendens sig gældende. Når vi skal forsøge at skabe et nuanceret billede af, hvor radioen har mistet de unge lyttere, er det altså P3, der skal fokuseres på. For P3 hverdage (tabel 3) har man over perioden mistet 25% af de unge; fra en dækningsprocent i 1987 på 74% til 49% i 1990.

TABEL 3

DR-RADIO-P3
DÆKNINGSPROCENT
hele døgnet

Hverdage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	75	70	73	74	70	75	74	66
1988	72	72	72	64	72	75	74	67
1989	72	68	70	49	68	77	72	65
1990	68	65	67	49	58	74	69	69

Lørdage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	59	56	57	39	50	60	65	60
1988	59	60	59	47	50	58	69	66
1989	52	55	54	36	46	56	58	63
1990	53	56	54	32	47	55	60	66

Søndage

	Mænd	Kvinder	Total	15-19	20-29	30-49	50-69	70 -
1987	60	57	58	45	45	62	68	59
1988	57	63	60	40	52	60	71	65
1989	54	55	55	28	46	59	60	62
1990	53	54	53	34	42	55	63	59

Kilde: OBSERVA for DR

Yderligere analyser af dækningsprocenterne for P3 hverdage (tabel 4) viser, at "ungdomshittet" i 1987 var morgenfladen med 55% af de 15-19 årige som lyttere. Nummer to i rækken var den sene hverdageftermiddag med 45% af de unge, og så var der iøvrigt langt ned til tredje pladsen, som man fandt i lørdagens sene eftermiddag med 27% af de unge lyttere. (For overskuelighedens skyld er kun hverdage medtaget i fladetabellerne).

TABEL 4

Flade 1: Kl. 05.00-8.59

	Total	15-19
1987	54	55
1988	54	46
1989	51	32
1990	49	36

Flade 2: Kl. 9.00-11.59

	Total	15-19
1987	29	9
1988	29	10
1989	27	9
1990	27	5

Flade 3: Kl. 12.00-15.59

	Total	15-19
1987	31	28
1988	31	23
1989	31	16
1990	31	12

Flade 4: Kl. 16.00-19.29

	Total	15-19
1987	35	45
1988	33	36
1989	27	14
1990	26	15

Flade 5: Kl. 19.30-04.59

	Total	15-19
1987	14	13
1988	12	11
1989	10	10
1990	9	7

Kilde: OBSERVA for DR

DR-RADIO-P3
DÆKNINGSPROCENT
 15-19 årige
 Hverdage, flader.
 Hele befolkningen
 og 15-19 årige.

I 1990 er billedet ændret ganske markant. Morgenfladen er stadig topscorer, men er nu kun i kontakt med 36% af de unge. På andenpladsen kommer søndagens tidlige eftermiddag med 30% og på tredjepladsen er tidlig lørdag eftermiddag med 17%. Den tidlige lørdag eftermiddags trækplaster er *Top 20* og for søndag tidlig eftermiddag er det formodentlig *Sport på 3'eren*, der trækker. For den sene hverdags eftermiddags vedkommende er tallet nede på 15%, og den sene eftermiddag lørdage på 15% i 1990.

For P3's vedkommende er der mistet terræn stort set over hele linien. Der er tydelige ændringer af de unges lyttevener om morgenen, ganske markant i hverdagens tidlige og sene efter middag; bortfaldet af udsendelser som *Studie 80'erne* og *Hej P3* kan klart aflæses. Det skal i øvrigt bemærkes, at det var et bevidst valg fra DR's side, da man i 1989 i den sene hverdags eftermiddag satsede på en helt anden målgruppe end de unge med programmet *GoDanmark*.

Det viser sig altså, at en del af den nedgang i unge lyttere, DR har konstateret på det seneste, skyldes, at de ungdomsrettede programmer på P3 er ophørt. Det forklarer dog ikke nedgangen i lytning på nogle af de andre flader - f.eks. morgenfladen. For lytningen til lokalradioer i den samme periode, er der ikke specifikke undersøgelser af de 15-19 åriges lyttevener. Blandt de 15-39 årige har man konstateret en øget lytning til lokal-radioer i årene 87-89 (Observa 1988, 89, 90). Dette sammenholdt med resultaterne fra specialundersøgelsen fra 1988 tyder på, at de unge lyttere i stadig højere grad foretrækker lokalradioerne for DR's radioudsendelser.

Unge ønsker

De omtalte undersøgelser kombineret med Socialforskningsinstituttets (1987) døgnrytmeundersøgelse giver tilsammen følgende billede af de unges ønsker til/muligheder for radiolytning: De unge har mulighed for at høre radio i et mønster, der følger den voksne befolkning. Morgenen er et godt tidspunkt for rigtigt mange, men det største potentielle publikum ligger ud på eftermiddagen. Desuden fremgår det, at unge ikke frekventerer TV i samme omfang som voksne om aftenen. På forespørgsel har de unge selv peget på, at gode sendetider for radio var fra kl. 16.00-21.00. Ved at betragte de unges faktiske lytning fra 1987-90, må man konstatere at de unges "prime time" - når der ses bort fra morgenen - er den sene eftermiddag.

DR i konkurrence

På baggrund af ovenstående er det naturligt at spørge: "Hvad har DR i sinde?". Vil vi konkurrere på lokalradioens betingelser, lave programmer som dem - bare bedre fordi vi har flere og bedre ressourcer? - Eller skal vi lade lokalradioen overtage de unge lyttere ud fra en teori

om, at de vender tilbage til DR, når de bliver ældre? - Eller skal DR give de unge et kvalitativt bedre programtilbud? For at kunne besvare disse spørgsmål er det nødvendigt et øjeblik at betragte radiomediet som helhed.

Før TV kom til Danmark, var radio massemediet. Radioen var den store nyhedsformidler, den store folkeoplyser, den der skulle sørge for at underholdning, debat, kunst og kultur nåede det store publikum. Når man hørte radio, så *hørte* man radio. I dag er det at høre radio for mange blevet en "sekundær" aktivitet, noget man udelukkende gør, medens man foretager sig noget andet. At det er sådan, dokumenterer socialforskningsinstituttets fritidsundersøgelser (Mortensen 1990). Det fremgår, at en dansker i 1964 lyttede mere end 1 time daglig til radio som "primær" aktivitet. (De adspurgte måtte selv afgøre om de f.eks. betragtede opvasken eller radiolytningen som det primære). I 1987 var tallet 5 minutter. Mortensen (1990) skriver: "Forklaringen er, at radiomediet har skiftet status i befolkningens bevidsthed. Fra at have været et selvstændigt og klart identificerbart medie, ser det ud til, at radio er sunket ned til blot at være baggrundstæppe for andre vigtigere aktiviteter". Eller sagt på en anden måde: Radioen kan bruges til tre ting: Sørge for, at der er noget "lyd" i det rum, man er i; holde én med selskab og give én informationer. Den er altså reduceret til: Nyheder, musik, og en behagelig stemme, så man ikke føler sig alene (Falabrino 1990).

Når man skal "drive radiopolitik" er det derfor af afgørende betydning om man - for at sætte sagen på spidsen - har en opfattelse af radioen som på Kammersangerens (Kammersanger Emil Holm, Statsradiofonileder 1925-1937) tid eller har nydefineret sin opfattelse i en sådan grad, at man finder, at radioens rolle primært er lydtapetet. Selv har jeg har en lumsk mistanke om, at vi i DR - på trods af utallige års strukturændringer - endnu ikke har fundet ud af, hvilket ben, vi skal stå på. - Eller snarere: Hvornår vi skal stå på det ene ben, og hvornår vi skal stå på det andet. Og her er det, man er nødt til at forholde sig til indholdet i det, man vil sende.

Programpolitik

I alle de analyser, jeg har omtalt indtil nu, er der ingen, der for alvor har beskæftiget sig med indholdet af udsendelserne. Det er kendetegnende, at når lokalradioer og kommercielle stationer i det store udland i dag taler om ungdomsudsendelser, så mener de musikprogrammer. Det er en populær og billig opskrift. Måske er det på samme måde kendetegnende, at da der i 1970'erne var den store ballade om ungdomsudsendelserne - med idelige klager i det daværende Radioråd - var det *ordene*, der blev klaget over. Skulle der en enkelt gang dukke en klage op over noget musik, var det på grund af, at ordene blev sunget på dansk.

I 1970'erne havde Radiorådet et særligt nedsat udvalg til at overvåge udsendelser for børn og unge. Det udvalg og den politisering, der var omkring DR's udsendelser, er heldigvis en saga blot. Men for os, der arbejdede med udsendelserne, var det en meget lærerig periode. Børne- og ungdomsudvalget fik meget snart skrevet en målsætning for ungdomsudsendelserne; indhold, form og målgruppe: "Ungdomsudsendelserne bør generelt være præget af en ungdoms-pædagogik, der bygger på at give de unge et materiale, der er relevant for selvopdragelse og selvudvikling". (Radiorådet 1975). Sådan lyder de 3 første linier i målsætningen. Puster man støvet væk, står der tilbage, at radio (og TV) vil noget med dem, de henvender sig til. Og det er ikke så tosset endda; det er her DR's styrke ligger - og det er den, vi skal fastholde: Vi, der beskæftiger os med P4, har erfaret, at lytterne gerne vil have deres nysgerrighed pirret, gerne vil enga-geres, gerne vil debattere, gerne vil benytte mediet som et kommunikationsmiddel.

Blandt de folk, der idag arbejder med P4, er der tradition for at udforme målsætninger, diskutere hvem målgruppen er, hvad udsendelser for dem bør indeholde, hvordan det bedst kommunikeres, og hvorvidt vi når målgruppen. Kort sagt: Vi har erfaringer med at formidle ord til unge - også vanskeligt tilgængeligt stof - og sideløbende med dette er der (på trods af, at denne side af ungdommens interesser ikke havde det gamle Radioråds store bevågenhed) en stor ekspertise i DR på musikfronten. Det gælder både viden om selve musikken, om formidling af musik og - ikke mindst - om produktion af musik. Sagt på en anden måde idealet må for DR være: En radio, lytterne ikke kan lade være med at åbne for, fordi den underholder dem, pirrer dem og fordi den også er så irriterende, at de *må* høre den.

Udblik

Flere steder i Europa har radiofonier opdaget det samme som DR: At de har mistet de unge lyttere. Rundt omkring arbejdes der med at skabe "ungdomskanaler" - eller de er allerede en realitet. Med de oplysninger, det indtil nu er det lykkedes mig at indsamle, ser det ud til, at der er klare problemer med form og indhold i disse kanaler. Ungdomskanalerne er ofte blevet defineret som musikkanaler, hvorved en del af talestoffet er kommet i klemme. En tysk kollega, der mener at udsendelser til unge er vigtige, fortalte mig for nylig om sin "ungdomskanal". Han forsøgte at lave en kanal, hvor der også var talestof udover musikken. Naturligvis måtte talestoffet underordne sig den korte form, der var nødvendig af hensyn til rytmen i programmerne.

Resultatet af hans anstrengelser var, at han blev kritiseret af sine gamle venner: De angreb ham for at forfladige stoffet, og for stort set at lave lige så poppet radio som de kommercielle. Han var forvirret. Det er en historie om at sætte sig mellem to stole: At det er vanskeligt

at konkurrere med de kommercielle stationer på deres præmisser uden at sætte indholdet over styr.

Andre steder har man ikke problemer med indholdet. Dér har man "erkendt", at moderne radio er: Musik, nyheder og en stemme, der holder dig med selskab og fortæller dig, at du ikke er ensom. Stemmen i et ungdomsprogram skal blot have et ungdommeligt pift; den skal være sjov, rablende - gerne en anelse respektløs (ikke for meget naturligvis), men frem for alt skal den kommunikere "fart på" og "gang i den".

Kvantitet og kvalitet

For mig at se, er det en fuldstændig fejlfortolkning af radiomediets rolle idag. Men den er bekvem for nærige politikere. På den anden side kan radioen naturligvis ikke med samme selvfølge som på Kammersangerens tid henvende sig til befolkningen og tro, at de altid er aktive lyttere.

En radio som DR skal nøje overveje, hvad der er vigtigt at sende, hvem der skal modtage det og hvornår. Der skal både være tid til kvalificeret aktiv såvel som til passiv lytning. Radio er *meget* mere end musik, nyheder og en beroligende stemme. Men der er en fare for, at det kan ende sådan, hvis politikerne - og måske også vi selv, der arbejder i mediet - bliver ved med at tro, at radio er billigt. De "vestlige demokratier" bryster sig af, at det er vigtigt for demokratiets beståen, at der er en mangfoldighed af medier, sprog og stemmer, der beskriver, fortolker og formidler menneskelivet. Hvis radioen skal være en vigtig del af denne mangfoldighed, og have en væsentlig rolle i samfundslivet, er det bydende nødvendigt at sørge for, at den ikke alene er en kvantitativ succes men også en kvalitativ succes. At skaffe en kvantitativ succes er rimeligt nemt og billigt. Det er hér DR for alvor burde erkende, at vi ikke har fundet vores plads efter de mange år med kammersangere og monopol. Jo da, radio er billigt - f.eks. i forhold til TV. Men hvis vi bliver ved med at bilde os selv og vores omgivelser ind, at vi er billige, er der tilsidst ikke midler til at skabe en kvalitativ succes.

Jeg er af den opfattelse, at radiomediet står over for at skulle have tilført - om jeg så må sige - ny kapital for at kunne foretage en relancering. Hvis DR skal kunne noget andet end lokal-radioerne, skal DR også have midlerne til det. Så enkelt burde det være. Men det er et vanskeligt synspunkt at forfægte i nedskæringstider.

Et kvalificeret alternativ

Der er ikke noget, der tyder på, at de unge uden videre vil vende tilbage til DR, når de bliver ældre - efter at have lyttet til lokalradio i årevis (Marosi 1988). DR må derfor i de kommende år gå ud i konkur-

rencen - specielt om de unge lyttere, og bygge på DR's erfaringer med et kvalificeret alternativ, der er karakteriseret ved: En radio, lytterne ikke kan lade være med at åbne for, fordi den underholder dem, og fordi den er så irriterende, at de *må* høre den.

Det bliver den bl.a. ved:

- at sende på de tidspunkter, hvor de unge kan lytte,
- at prioritere tiden til aktiv og passiv lytning,
- at spille den musik, de unge identificerer sig med,
- at spille den musik, de unge ikke troede, de kunne lide,
- at afspejle den musik, de unge selv spiller,
- at være stedet, hvor folkeoplysning i ordets egentlige forstand tages alvorligt (det skal sikres, at budskabet, der afsendes er forståeligt, og at det bliver modtaget af målgruppen),
- at være stedet, hvor de unge er "synlige", kommer til orde,
- at være stedet, der fortæller de unge "Du er god nok" og "Vær dig selv bekendt",
- at være igangsættende og handlingsanvisende.

DR's strategi

DR-radioside er som tidligere nævnt ganske klar over, hvordan det står til med radioen og de unge lyttere. P1 har i 1990 startet et særligt orienteringsprogram for unge, *Caramba*, på hverdage kl. 16.10. På P2 har man det sidste par år arbejdet med at ændre *Musikafternerne* og *Musikweekend*, sådan at de i højere grad skulle henvende sig til et yngre publikum.

DR's ledelse har derudover stillet forslag om, at DR får tildelt den 4. radiokanal, som står ledig. På FM-båndet er der plads til endnu en landsdækkende radiokanal, men der er endnu ikke taget politisk stilling til, om den skal tages i brug, og i givet fald af hvem. Blandt de argumenter, DR fremsætter for at få tildelt kanalen, er at DR i givet fald vil kunne leve op til et krav om flere danskproducerede udsendelser. Men der argumenteres også med at DR's radioside har et "ungdomsproblem", som netop bør indgå i overvejelserne om udnyttelsen af den 4. radiokanal. Radioledelsen påpeger at unges lyttevane og adfærd peger i retning af, at de vælger efter "profiler" snarere end "kanaler", og at de lytter på "flader" snarere end "programmer". *Endelig* argumenteres der med, at en langsigtet løsning for at imødekomme unge lytteres behov skal gå via overordnede kanalovervejelser fremfor isolerede program-forbedringer.

Sluttelig har Radioledelsen fra den 1. september 1990 oprettet en "Ungdomsgruppe" under Radioens Udviklingsenhed. Denne gruppe består af P4's medarbejdere. Udover at producere P4 skal gruppen arbejde med at udvikle og afprøve nye ungdomsradioformer. Det skal

bl.a. ske gennem samarbejde med interesserede medarbejdere, enheder, redaktioner og kanaler, der ønsker at udvikle, styrke eller eksperimentere med ungdomsstoffet og dermed "bidrage til udvikling af DR's ungdomsprofil", som der står i Radioledelsens beslutning.

Konklusion

Som det fremgår af denne artikel peger trådene allesammen i den samme retning. Hvis DR skal vinde dét unge publikum tilbage, der i de sidste år er tabt, drejer det sig om at få etableret en sendeflade, hvis længde jeg ikke skal gøre mig klog på her, men som i hvert fald dækker eftermiddagene.

Som det også er fremgået af ovenstående, er der mange uafklarede spørgsmål i forbindelse med den 4. kanal. Men det vil næppe være klogt af DR at vente med egentlige initiativer i forhold til de unge, indtil det eventuelt er muligt at etablere en 4. kanal i DR's regi.

Litteratur

- Falabrino, Gianluigi (1990): "Is the radio play a bar of soap?", in *EBU Review*, vol. 41, no. 2, March 1990.
- Marosi, Kalle (1988): *De 13-18-åriges radiovaner*, Danmarks Radio, Forskningsrapport 5B-88.
- Mortensen, Frands (1990): *"Musikken og medierne"*, Rapport fra Musikrådets konference, Svendborg 15.-17. marts 1990.

Stefan Samsøe-Petersen er leder af ungdomsgruppen i radioens udviklingsenhed, DR.