



Er papirets dage talte?

Skærmenes tidsalder: Mediernes historie viser groft sagt, at opfindelsen af nye teknologier og apparater ikke automatisk udrydder de gamle. I reglen får vi bare endnu flere valgmuligheder.

MICHAEL KIRKEBY

indblik@jp.dk

Mange af os bruger dagligt 10 timer eller mere på at stirre på skærme. Det handler ikke kun om computeren på kontoret og fladskærmen hjemme i stuen, men også om vores mobiltelefoner, tablets, spil-konsoller og gps'er. Ofte kigger vi på flere skærme samtidig. Over halvdelen af danskerne er på internettet via deres telefoner eller computere – samtidig med, at de ser fjernsyn.

I takt med de digitale skærmmediers indtog er rygterne om de trykte papirmediers snarlige død taget til. Igemæssigt lader papir til at være uden for selv den mest opfindsomme retrobølges rækkevidde.

Papir er ikke særlig cool, det er bare papir.

Og så er det dyrt, langsomt, besværligt og dårligt for miljøet.

Gad vide, hvor mange nåletræsplantager og floder af tryksvætte, der bruges på at producere alle vores aviser, bøger, reklamer, telefonbøger og andre tryksager. Hvad koster det ikke i CO₂-udledning at transportere dem rundt?

Hvem kan undre sig over, at salget af papiraviser rasler ned, og at internetfirmaet Amazon for længst er begyndt at sælge flere e-bøger end "rigtige" bøger?

Det synes indlysende, at vi går en baggrundsbelyst og højopløselig fremtid i møde, mens vi efterlader de trykte medier i deres analoge og halvdunkle fortid.

Med printknappen i bund

Ifølge Miljøstyrelsen er papirforbruget da også på vej ned. Efter at have toppet i 2006

faldt det samlede forbrug i Danmark med hele 25 pct. på kun tre år til et niveau i 2009 på linje med slutningen af 1980'erne. Men eftersom det samlede papirforbrug også inkluderer den pap, som vi pakker varer ind med, og eftersom at vi i samme periode har haft den største opbremsning i økonomi og varekøb siden 1930'erne, skal man måske alligevel passe på med de store overskrifter.

Mængden af adresseløse forsendelser, som vi modtog i vores postkasse i 2010, ligger stadig langt over niveauet for 2000 og opvejer adskillige gange den tilbagegang, der samtidig er sket i omdelingen af telefonbøger og adresserede forsendelser.

Der er forskel på at have noget på skærmen og i hånden.

Digitaliseringen har ikke bare betydet, at det er nemmere at undvære papir, men også, at det er nemmere at få ting ud på papir. Printknappen er lige ved hånden, og i takt med at den nye digitale korrespondance tårnede sig op i indbakkerne, blev printknapperne brugt flittigt rundt omkring. Sådan er det til dels stadigvæk.

Ifølge formanden for Finpapirgrossistforeningen i Danmark, Steen Murmann, går salget af papir til brug i almindelige hjemme- eller kontorprintere kun meget beskedent tilbage sammenlignet med andre papirtyper.

Selv om papirforbruget samlet set har toppet, betyder det bestemt ikke, at papiret har udspillet sin rolle, siger Steen Murmann:

»Forholdet mellem papirforbruget og den digitale udvikling er mere sammensat, end mange regner med. Selv om vi i dag f.eks. sælger 40 pct. mindre papir til produktion af tryksager som reklamer og brochurer end i 2007, er antallet af tryk opgaver ikke faldet. Tværtimod trykkes og printes der oftere end nogensinde, bare i færre eksemplarer og mindre oplag. Fænomenet rest-oplag er hastigt på retur. Det betyder mindre salg af

papir, men det betyder ikke, at papir på nogen måde er på vej ud af det samlede medieforbrug, hverken hos producenterne eller forbrugerne af information.«

Flere valgmuligheder

Heller ikke professor på Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet, Klaus Bruhn Jensen mener, at der er udsigt til papirmediernes snarlige bortgang. Han står bl.a. bag en undersøgelse af danskernes medieforbrug, der afliver myten om, at vi bare vælger de gamle massemedier fra til fordel for f.eks. netmedier.

»Allerede i 1970'erne havde man en forestilling om, at radio og tv ville overflødiggøre den trykte presse. Men det skete ikke. Medievaner er generelt svære at ændre. Jeg er sikker på, at vi også kan købe en avis, der lugter af tryksvætte, om 10 år. Mange af os er simpelthen glade for papiravisen som et massemedie, hvor vi nemt kan overskue tingene. Det er ikke et spørgsmål om enten-eller, men et supplement til de andre medievalg, som vi træffer i løbet af en dag, både i forhold til radio, tv og alle onlinemulighederne,« siger Klaus Bruhn Jensen.

Mediernes historie viser groft sagt, at opfindelsen af nye teknologier og apparater ikke automatisk udrydder de gamle, selv om de er både besværligere og langsommere.

I reglen får vi bare flere valgmuligheder. Da telefonen blev opfundet, holdt folk ikke op med at skrive breve, selv om det var både hurtigere og nemmere at gribe knoglen. Da tv'et blev opfundet, holdt folk ikke op med at gå i biografen. Selv om vi nu har internettet, bl.a. biografen. Selv om vi nu har netmediet, bliver tekst-tv, der ligner et Commodore-spil fra engang i 1980'erne, stadigvæk brugt flittigt.

Avissalget rasler ned

Dagbladene er givetvis den industri, hvor de gamle teknologier og forretningsmodeller er



Arkivfoto: Steen Wrem

mest under pres. Alene siden 2007 er der blevet op til 30 pct. færre læsere af de landsdækkende, trykte hverdagsaviser.

Der er kun få undtagelser, der bekræfter en generel deroute for den klassiske papiravis. Hvis man tæller alle betalte hverdagsaviser med, er det samlede oplag faldet med en tredjedel siden 2001.

Alligevel kan det hurtigt blive meget værre. På Christiansborg forhandles der i disse uger om en omlægning af den mediestøtte, som i dag reelt holder hånden under de trykte dagblade i form af momsfrigørelse på bladsalget og distributionsstøtte.

Samlet set koster det ifølge Børsen omtrent en milliard skattekrone årligt. En omlægning til en mere platformsneutral mediestøtte kan derfor hurtigt vise sig at være en faldlem under papiravisen, som vi kender den i dag.

Hos Danske Medier er journalistisk direktør Christian Kierkegaard dog ret forsigtig med at vurdere konsekvenserne.

»Det vil påvirke medieudbuddet, men jeg vil helst ikke komme med en dato for begravelsen af papiravisen. Jeg tror, at vi stadig kan købe en papiravis i vores lokale kiosk om 10 år. Men der vil nok ikke være lige så mange at vælge imellem, og måske vil de også kun udkomme hver anden dag eller ugentligt. Mens den almindelige nyhedsdækning vil foregå på de digitale platforme, vil papiravisen stadig være velegnet, når man skal fordybe sig i emner.«

Christian Kierkegaard mener imidlertid ikke, at den store udfordring er mediestøtten eller spørgsmålet om den ene eller den anden medieplatform.

»Det handler om, hvordan vi fortsat får råd til at producere kvalitetsjournalistik. Godt nok får dagbladene flere besøgende på deres hjemmesider, i takt med at papirplanet går ned. Problemet er bare, hvordan man får dem til at betale for disse besøg, når

der findes helt gratis nyhedsalternativer som f.eks. dr.dk,« siger Christian Kierkegaard.

Nemmere bliver det selvfølgelig heller ikke af, at Google fortsætter med at suge annoncekrone ud af det danske medie-økosystem. Det sker, hver gang vi spørger oraklet til råds, og der dukker reklamer op sammen med søgeresultaterne.

Danske Medier anslår, at Google sidder på ca. 40 pct. af den samlede omsætning for onlineannoncering i Danmark på ca. 4 mia. kr. årligt – en andel, der samtidig vokser hurtigere end markedet som helhed.

Optimistiske forlæggere

Mere optimistisk lyder meldingen, når man spørger de danske forlæggere.

Her er direktør Christine Bødtcher-Hansen fra Forlæggerforeningen ikke i tvivl om, at vi stadig kan købe papirbøger om 10 år. Indtil nu udgør digitale formater som lyd-bøger og e-bøger kun beskedne knap 4 pct. af de danske forlags omsætning, der i årets første kvartal var faldet med 12 pct. og hele 28 pct., når det gælder skønlitteraturen, i forhold til året før.

»Salgstallene for skønlitteraturen er meget afhængige af de titler, der udkommer. I år bliver det spændende at se, hvor meget den internationale bestseller "Fifty Shades of Grey" vil løfte det danske bogsalg. Herhjemme vil den bog primært blive solgt som en almindelig papirbog. Den digitale udvikling er ikke gået så hurtigt, som vi troede bare for et par år siden. På et tidspunkt kommer der mere fart på, men jeg tror ikke, at salget af e-bøger når langt op over 10 pct. inden for de næste tre til fire år. Mange boglæsere, f.eks. den store gruppe af kvinder over 50 år, foretrækker stadig papirbøger. De er rare at have stående, de er gode at give som gaver osv. Samtidig er der også genrer, der decideret egner sig bedst til papir – f.eks. kunstbøger,« siger Christine Bødtcher-Hansen.

Hun understreger dog, at forlagsbranchen også lever i en ombrydningstid, hvor den bliver mødt af nye udfordringer.

»Når det er sagt, skal man passe på med at sammenligne priserne på dansksprogede e-bøger med engelsksprogede e-bøger, som sælger globalt. Danske forlags udgivelser kommer i langt mindre oplag, og derfor er det også begrænset, hvor meget vi kan spare ved at reducere udgifter til tryk og distribution. Den største del af forlagsomkostningerne ligger i at udvikle, redigere og markedsføre kvalitetsindhold,« mener Christine Bødtcher-Hansen.

Ingen skoletasker i iPad-størrelse

I skoleverdenen har papirbogen længe været nærmest synonym med læring. Men i sommer frigav staten den første portion af i alt 500 mio. kr., der over de næste tre år er øremærket til indkøb af digitale læremidler til folkeskolen. Kommunerne skal bidrage med samme beløb.

Samtidig har flere kommuner allerede købt iPads til alle elever og lærere i håb om både at styrke undervisningen og spare penge på kopiregningen. Alligevel vil skoletaskerne næppe skrumpes ind til iPad-størrelse i de kommende år. Det siger Ebbe Dam Nielsen, der er direktør på Danmarks største undervisningsforlag, Alinea.

»Fordelingen i dag mellem læremidler af papir og de digitale er ca. 80/20. Med de nye penge tør jeg godt gætte på, at fordelingen om fem år vil være ca. 50/50. Det er oplagt, at de digitale redskaber giver os nogle utroligt spændende muligheder for at styrke børns læring. Men det er også oplagt, at papir-lærebogen har for mange fordele til, at den kan undværes. Hvis vi forestiller os, at den blev opfundet i dag, ville den blive modtaget med begejstring. Den kan holde i årevis uden opladning, der er ingen problemer med glasrefleks, man kan ikke surfe på nettet og blive distraheret med den, man har et godt overblik over tekster osv. Den største læringseffekt vil man ofte opnå ved at blande analoge og digitale læremidler. Summen er større end de enkelte dele.«

Foreløbig er der ingen grund til at ligge søvnløs på papirets vegne.

Og hvis du gør det alligevel, er forklaringsmåske at finde i sammenhængen mellem søvnløshed og overdreven brug af baggrundsbelyste skærme, som nye undersøgelser antyder.

Så er det på tide at slukke.

Visionen, der blev 20 år forsinket

Det vakte opsigt, da erhvervsmanden Lars Kolind i begyndelsen af 1990'erne som direktør for høreapparatfabrikken Oticon proklamerede, at han ville indføre det papirløse kontor.

MICHAEL KIRKEBY

indblik@jp.dk

Målet var at ruske op i traditionelle rutiner på arbejdspladsen og gøre samarbejdet mere effektivt og kreativt, bl.a. ved at skære ned på papirbunkerne og lade en del af kommunikationen foregå digitalt. Det lykkedes langt hen ad vejen for Oticon. Andre steder gik det knap så hurtigt, og på mange kontorer voksede papirbunkerne i stedet til nye højder. Den digitale udvikling betød, at det blev nemmere og hurtigere at kommunikere, men også, at mængden af korrespondance voksede – og dermed for mange også behovet for at printe de vigtigste af dagens utallige e-mails ud og få dem i hånden. 20 år efter er Lars Kolind dog stadig optimist på sin visions vej.

Hvorfor blev visionen om det papirløse kontor ikke til noget mange steder?

»Jeg synes faktisk, at tingene har bevæget sig langt siden 1990'erne – bl.a. inspireret af Oticon. Jeg glæder mig over, at flere og flere funktioner i dag løses elektronisk. Oticon var mindst 20 år foran sin tid, og resten skal nok komme; men det kan tage 10 år endnu.«

Hvorfor ikke hurtigere?

»Svaret er enkelt: konservatisme, risikoaversion og svag ledelse.«

Er papir alligevel mere nyttigt end først antaget?

»Nej, jeg er stadig overbevist om, at der er meget store fordele ved at indrette sig elektronisk. Jeg læser efterhånden mere og mere direkte fra min tablet-computer. Men jeg printer da også en gang imellem et dokument ud, hvis jeg har en særlig grund til det.«

Tror du, at visionen bliver realiseret på et tidspunkt?

»Ja, visionen om et (næsten) papirløst kontor skal nok komme, og det samme kommer til at ske med flere og flere trykte medier. Den store udfordring for medierne bliver at omlægge forretningsmodellen. Barrieren for at skabe et nyt medie falder markant, når man går bort fra papiret. Det vil medføre, at konkurrencen skærpes, og de første ofre for den udvikling bliver omnibusaviserne – især de regionale.«

Er spørgsmålet om analoge eller digitale platforme i virkeligheden sekundært?

»Ja, på kontoret handler det mindre om mediet og mere om samarbejdsformen. Oticon vandt ikke konkurrencekraft, fordi vi sparede på papirregningen. Vi vandt, fordi medarbejderne blev bedre til at arbejde sammen, hurtigere til at lære, hurtigere til at forny sig og bedre til at fokusere på kundernes behov.«

Hvordan ser dit eget skrivebord ud i dag anno 2012?

»Det er næsten papirløst, og hvad der er endnu bedre: mobilt. Mit kontor er her, hvor jeg er netop nu.«



Forfatter og erhvervsmand Lars Kolind tror stadig på visionen om et (næsten) papirløst kontor.

Foto: Gregers Tycho

PÅ PRINT

Papirforbruget

Papir- og papforbruget i Danmark

1995: 1.200.000 tons

2006: 1.450.000 tons

2009: 1.083.000 tons

Kilde: Miljøstyrelsen

Oplag for betalte hverdagsaviser

2001: 1.438.000

2011: 967.000

Kilde: Danske Dagblades Forening

Søndagsaviser

2001: 1.344.000

2011: 832.000

Kilde: Danske Dagblades Forening

Danskerne daglige tv-forbrug

2006: 2 timer og 31 minutter

2011: 3 timer og 18 minutter

Kilde: DR Medieforskning

Ser tv og bruger nettet samtidig

36 pct. af danskerne over 15 år ser dagligt tv og surfer på internettet samtidig.

12 pct. gør det mindst én gang ugentligt.

Kilde: DR Medieforskning

Breve sendt gennem Post Danmark

1999: 1,5 milliarder

2011: 777 millioner

Kilde: Post Danmark