

Analyseopgave 2017

I denne prøve skal du analysere og vurdere en problematik, der omhandler journalistikkens virke, og du skal demonstrere, at du ikke alene kan analysere og reflektere over problematikken, men også kan udtrykke egne vurderinger og holdninger til den. I år sætter vi særligt fokus på debatten om public service.

Du skal skrive en kommentar om emnet. Det vil sige en artikel, hvor du udtrykker egne vurderinger og argumenter baseret på analyse og refleksion. Du bestemmer selv, hvilke aspekter du vil fokusere på i din kommentar, men du skal tage udgangspunkt i og inddrage pointer og perspektiver fra de vedlagte artikler i dine argumenter. Udover det vedlagte materiale er du også meget velkommen til at bruge din egen viden fra andre sammenhænge, egne erfaringer mv.

Din kommentar kan være så kort eller lang, som du finder relevant, men for en god ordens skyld skal det bemærkes, at dette også er en test på tid, en test af dine evner til at fokusere på det væsentlige og en test af dine evner til at kommunikere og argumentere overbevisende på baggrund af en række artikler. Det betyder, at de færreste – hvis overhovedet nogen – på den afsatte tid vil kunne komme omkring alle de relevante og interessante aspekter i materialet og om problemstillingen. Udvælg derfor gerne, hvad du selv synes er allermest interessant og formidlingsmæssigt relevant.

Det vedlagte materiale rummer:

Søndergaard, H. (2013). "Public service". I Kolstrup, S., Agger, G., Jauert, P. & Schrøder, K. (red.) *Medie- og Kommunikationsleksikon*. Online (www.medieogkommunikationsleksikon.dk). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Hopmann, D. N. (2016). "Public service-medier er vigtige for vælgernes politiske viden". Videnskab.dk, url: <http://videnskab.dk/politologisk-arbog-2016/public-service-medier-er-vigtige-vaelgernes-politiske-viden> (hentet 15. marts, 2017).

Bock, M (2016) "Debat om DR. Public service i nye klæder". Kristeligt Dagblad 11. august, sektion 1, side 10

Lauritzen, K. B. (2016) "Danske Medier: Demokratisk problem at DR kopierer dagbladenes indhold". B.dk, url: : <http://www.b.dk/nationalt/danske-medier-demokratisk-problem-at-dr-kopierer-dagbladenes-indhold> (hentet 15. marts, 2017)

Mylenberg, T. (2016) "Public service kan leveres af mange andre end DR". Raeson.dk, url: <http://raeson.dk/2016/public-service-kan-leveres-af-mange-andre-end-dr/> (hentet 15. marts, 2017)

Public service

Af Henrik Søndergaard

Public service-begrebet er et af de mest centrale, men samtidig også mest omdiskuterede begreber i mediepolitikken, ikke mindst i Danmark og i de øvrige skandinaviske lande, hvor der er en lang tradition for stærke offentlige radio- og tv-institutioner som DR, NRK og SVT, og hvor man siden 1980'erne har udviklet nye public service-medier som TV 2/Danmark, TV 4 i Sverige og TV 2/Norge. Skønt der ikke hersker tvivl om public service-mediernes betydning, er der en del uklarhed, når det gælder præcise definitioner på, hvad public service egentlig vil sige, og hvad der præcist kendetegner en public service-institution (Syvertsen 1999).

Begrebsafklaring. Uklarheden skyldes i høj grad, at public service-begrebet har ændret sig gennem tiden i takt med såvel medieudviklingen som den samfundsmæssige udvikling (Mouritsen 2007, Søndergaard 1995). Hertil kommer, at public service-medierne udgør en meget vigtig del af den statslige [medielovgivning](#), hvorfor diskussionen af mediereguleringens berettigelse og dens konkrete form og virkninger nødvendigvis involverer diskussionen af fordele og ulemper ved offentlig medievirksomhed. Endelig er selve public service-begrebet kendetegnet ved, at det udspringer af flere forskellige kilder og bliver benyttet på mange forskellige måder, uden at det altid gøres klart, hvilke sider af begrebet man anvender. Begrebet refererer nemlig ikke blot til nogle bestemte medieinstitutioner og til de programpolitiske retningslinjer eller principper, som disse er pålagt, men også til nogle mere overordnede idealforestillinger om, hvilken rolle de elektroniske medier bør spille i samfundet.

Et vigtigt udgangspunkt for at forstå, hvad public service-virksomhed betyder, er den historiske sammenhæng, som public service-medierne opstod i. De blev til, da radiomediet blev udviklet som et samfundsmæssigt kommunikationssystem i 1920'erne, hvor staten var tvunget til at tage stilling til, hvordan man bedst kunne anvende de forholdsvis begrænsede radiofrekvenser, man rådede over, og hvordan opbygning og drift af radiofoni kunne finansieres. I USA var denne opgave blevet overladt til markedet, hvilket førte til regulært kaos, hvad angår frekvensfordelingen, og til et udpræget kommercielt programudbud. I Europa var der udbredt skepsis mht., om markedet ville kunne løfte opgaven, og hertil kom en betydelig modvilje mod kommerciel massekultur, der blev opfattet som i bedste fald fordømmende og i værste fald som en direkte trussel mod demokratiet.

Da BBC blev etableret som offentligt ejet selskab i 1926, var der politisk flertal for, at radioen skulle fungere som en offentlig tjeneste i nationens interesse, og at dette kun kunne ske, hvis staten overtog opgaven.

BBC's første generaldirektør, John Reith, var den, der først artikulerede substansen i public service-begrebet, nemlig at radioen ikke blot skulle underholde, men også oplyse og uddanne og i det hele taget bekende sig til de højeste kulturelle og moralske aspirationer. For Reith var det afgørende for public service-virksomheden, at den blev finansieret gennem licens, så markeds-mæssige hensyn ikke spillede ind, og at den samtidig fik tildelt monopolstilling, så de knappe ressourcer kunne anvendes bedst muligt. BBC kom til at fungere som forbillede for public service-medier, der opstod i samme periode i Europa, herunder også i Danmark.

Denne særlige organisationsform for radiofonien indebar, at programvirksomheden hverken måtte være en forretning eller tjene politiske interesser, men skulle indrettes på at tjene almenheden eller den "offentlige interesse". Dette kom til udtryk gennem de krav, der mere eller mindre eksplicit blev stillet til programvirksomheden. I den tidligste radiolov fra 1926 bliver Stats- radiofoniens opgave at udsende programmer af "alsidig kulturel og oplysende art", og dermed lægges grunden til alsidighedskravet som en af hjørnesteenene i public service-virksomhed. I den gældende lov er public service-virksomhed defineret i paragraf 10, som fremhæver, at programudbuddet skal være henvendt til hele befolkningen og omfatte nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Det pointeres endvidere, at programudbuddet skal være alsidigt, mangfoldigt og af god kvalitet, ligesom det for informationsformidlingens vedkommende betones, at den skal være saglig og upartisk.

Public service-medier i konkurrence. Public service-medierne mister deres monopolstilling i løbet af 1980'erne, hvor udviklingen af satellit-tv fører til, at der i de fleste lande skabes mulighed for opbygning af kommercielt tv. Det var en udbredt forestilling i Europa, at kommercielt tv ville undergrave de offentlige mediers betydning, men reelt har det ikke været tilfældet. Ophævelsen af monopolerne og parallelt hermed udviklingen af nye former for public service-institutioner har derimod betydet, at udgangspunktet for forståelsen af, hvad public service vil sige, har ændret sig. Det gælder i Danmark så meget desto mere, fordi det nyoprettede [TV 2](#) (1988) tvang en ny forståelse af public service-virksomhed frem. TV 2 er som DR underlagt public service-krav, men har hverken monopolstatus eller er fuldt licensfinansieret. Denne udvikling bidrager til, at public service først og fremmest defineres som de krav, som staten stiller til programudbuddet. Kernen i public service er derfor den kontrakt eller aftale, der indgås mellem staten og den eller de institutioner, der pålægges (eller påtager sig) den programpolitiske opgave, mens den institutionelle organisering er underordnet.

Fra institutioner til mediesystem. Hvor public service-programvirksomhed endnu i 1980'erne var defineret som krav, der blev stillet til bestemte institutioner (Danmarks Radio og TV 2), er der efter år 2000 sket en udvikling i retning af at opfatte public service som en egenskab ved det samlede [mediesystem](#). Det hænger sammen med, at mediesystemet efterhånden er blevet mere mangfoldigt med tilkomsten af adskillige

kommercielle tv-kanaler. I medielovgivningen er det ikke længere muligt at behandle public service-medierne isoleret fra de øvrige medier, da de i en grundlæggende forstand konkurrerer på det samme marked. Den vigtigste ændring er, at de generelle public service-krav, som er omtalt i radiolovens paragraf 10, kan have forskelligt omfang afhængigt af, hvilke institutioner det drejer sig om. Der er således opstået et graderet public service-begreb, hvor det alene er en politisk afgørelse, hvor omfattende kravene skal være for, at der er tale om public service-virksomhed.

Kontraktstyring af public service-medierne. I lovgivningen er public service-kravene kun kortfattet beskrevet, selvom bestemmelserne er blevet udvidet gennem tiden. Dette afspejler, at lovgiverne som udgangspunkt overlader det til medieinstitutionerne selv at foretage den nærmere fortolkning af, hvad det i praksis vil sige at fungere i samfundets tjeneste. Denne reguleringsform, som bygger på en grundlæggende tillid til det institutionelle selvstyre, er i de senere år blevet afløst af en ny form for regulering, hvor lovgiverne mere detaljeret bestemmer, hvordan public service-institutionerne skal udøve programvirksomheden. I praksis er detailstyringen baseret på indførelse af såkaldte public service-kontrakter, hvor DR, TV 2/ Danmark og TV 2's regionale stationer ved kontrakt med Kulturministeriet forpligtes til at påtage sig en række nærmere specificerede opgaver. De første kontrakter løb fra 2003 til 2006, mens de seneste udløber 2014, og de må, som Lars Banke, Maiken Michelsen & Pernille Rahbek formulerer det, "ses som det seneste initiativ fra politisk side til en tættere og mere præcis fastsættelse af, hvad DR (og TV 2/Danmark samt de regionale TV 2-virksomheder) som public service-foretagender er forpligtet til at levere lytterne og seerne som modydelse for licensmidlerne" (Banke, Michelsen & Rahbek 2004:65). Kontrakten med TV 2/Danmark blev i 2003 omdannet til vilkår for sendetilladelse i forbindelse med institutionens omdannelse til aktieselskab. Den mere detaljerede styring skyldes også et politisk ønske om at definere public service-opgaven mere præcist af hensyn til de krav, som EU stiller til public service-institutioner, der modtager statsstøtte. EU's konkurrenceregler tillader kun statsstøtte (licens), når public service-opgaven er veldefineret, når den kontrolleres af et uafhængigt organ, og når de økonomiske midler, der tildeles, er proportionale med opgavens omfang.

I forbindelse med etableringen af Radio 24syv, som er en privatejet public service-kanal finansieret med licensmidler, er der blevet stillet endog meget detaljerede krav til programvirksomheden for at undgå konflikter med EU's regler vedrørende statsstøtte til public service-medier.

Public service-medierne under pres. Den nuværende brede definition på public service-virksomhed, som inkluderer både oplysning, underholdning og kunst, er en af årsagerne til, at public service-medierne hidtil har klaret sig overraskende godt i konkurrencen med kommercielle radio- og tv-stationer. Paradoksalt nok har netop den markedsmæssige styrke i stigende grad sat public service-medierne under pres, eftersom de

kommercielle medier ser det som en begrænsning af deres økonomiske muligheder. Derfor har de kommercielle selskabers interesseorganisationer argumenteret for, at public service-virksomhed alene skal omfatte den slags programmer, som markedet ikke selv kan tilvejebringe, altså i praksis “smalle” og meget dyre programtyper.

Når spørgsmålet om bredden i public service-mediernes programportefølje er vigtigt, hænger det sammen med, at det i realiteten afgør, hvilken rolle disse medier kan spille i samfundet. Et bredt udbud er nødvendigt, hvis public service-mediernes skal opretholde kontrakten med hele befolkningen (hvilket på sin side er nødvendigt, hvis licensfinansiering fortsat skal kunne legitimeres). Indsnævres programudbudet, så det kun indeholder de mindst attraktive programtyper, vil public service-mediernes i praksis havne i en ghetto uden kontakt med store dele af befolkningen, og derved vil det reelt være umuligt at opretholde nogen central rolle i samfundet. Det er en stor udfordring for public service-mediernes at tilpasse sig et digitalt mediesystem, hvor traditionelle radio- og tv-programmer kun udgør en del af den måde, hvorpå indhold distribueres og anvendes af mediebrugerne. DR og TV 2 har i lighed med mange andre public service-institutioner i Europa udvidet deres programvirksomhed til også at omfatte onlinetjenester, herunder mobile tjenester og netbaseret radio- og tv-distribution. DR og TV 2 har også en central placering i det terrestriske digitale tv-sendenet, ligesom DR driver en lang række digitale radiokanaler ([DAB](#)), hvilket indikerer, at public service-mediernes allerede har skabt sig en position i det fremvoksende digitale mediesystem. I realiteten har public service-mediernes fungeret som en slags brohoveder i digitaliseringen, idet de har haft økonomisk mulighed for at udvikle området i et væsentligt større omfang end kommercielle selskaber, samtidig med at de har forsøgt at udnytte de nye distributionskanaler til at udbygge deres funktion som public service, bl.a. ved at kunne adressere nogle af de målgrupper, som er vanskelige at opnå kontakt med gennem radio og fjernsyn (Søndergaard 2008). Det siger sig selv, at public service-mediernes position på et digitalt mediemarked med mange og relativt stærke kommercielle aktører sættes under pres, men det er næppe markedsudviklingen i sig selv, der udgør den største udfordring, men derimod den politiske regulering af området. Ligesom de kommercielle medieselskaber gennem EU's konkurrenceregulering potentielt truer med at undergrave den brede definition af public service-programvirksomhed, arbejder de selv samme kræfter på at forhindre, at de offentlige medieinstitutioner bevæger sig ind på markedet for nye medier. Begrundelsen er den samme, nemlig at offentlige medier begrænser markedet, og i denne sag står public service-mediernes svagere, fordi det er langt sværere at definere, hvor det er nødvendigt med public service-udbud for at korrigere markedets skævheder. I 2010 blev der i den danske medielovgivning indført krav om, at DR kun kan etablere nye medietjenester eller ændre væsentligt på de eksisterende, når der forinden er gennemført en test, som afvejer tjenestens public service-værdi for samfundet og dens indvirkning på markedet. Med denne bestemmelse er public service-mediernes muligheder for at tilpasse sig medieudviklingen i nogen grad begrænset, men det

giver på den anden side mulighed for, at public service-mediernes opgaver kan afgrænses klarere, end det hidtil har været muligt.

Det er endnu for tidligt at sige noget om, hvordan værditesten vil virke i praksis, men der er næppe tvivl om, at de hidtidige kontroverser om public service-mediernes fortsatte berettigelse vil tage til, efterhånden som trængslen på markedet vokser.

(2013)

Kilde: Søndergaard, H. (2013) "Public service" i Kolstrup, S., Agger, G., Jauert, P. & Schrøder, K. (red.) Medie- og Kommunikationsleksikon. Online (www.mediogkommunikationsleksikon.dk). Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Public service-medier er vigtige for vælgernes politiske viden

Public service-fjernsynsnyheder spiller en særlig rolle i at informere den del af befolkningen, der ikke interesserer sig for politik. Forskningen tyder på, at det er det varierede udbud af programmer i public service-medierne, der gør forskellen.

Af David Nicolas Hopmann, professor mso, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet (06 august, 2016)

DR's rolle i samfundet har de senere år været til – ofte ret heftig – debat.

Nogle kritikere mener, at DR spænder ben for kommercielle mediers indtjening, fordi de som licensfinansieret mediehus producerer en række programmer, som ville kunne tjene penge på markedsvilkår. Argumentet er, at disse programmer burde produceres af kommercielle aktører, mens DR burde prioritere det medieindhold, det er vanskeligt at tjene penge på, som f.eks. politik, debat, historie og smal kultur. Denne debat rejser spørgsmålet om, hvilke argumenter der kan være for, at DR ved siden af produktionerne til et smalt publikum også producerer medieindhold, der ville kunne tjene penge på markedsvilkår.

Befolkningen skal kunne lære om politik

I det følgende vil jeg fokusere på samspillet mellem to faktorer: fjernsynsnyheder og politisk viden. De fleste vil være enige om, at vi generelt ønsker en oplyst befolkning med et vist kendskab til det politiske. For at kunne stemme på de politikere, der skal repræsentere os i parlamentet, skal vi vide, hvad de forskellige politikere står for. Derfor gør det en forskel, hvor meget befolkningen ved om politik.

En udbredt model for, hvordan vi lærer om politik, hedder OMA-modellen. Bogstaverne OMA står for mulighed (opportunity), motivation (motivation) og formåen (ability). For det første skal vi have mulighed for at lære om politik ved at have adgang til politiske informationer. Dernæst skal vi have interesse for politik. Endeligt skal vi kunne forarbejde de informationer, vi modtager.

I det følgende vil jeg fokusere på mulighed og motivation. Det er imidlertid vigtigt at have i bagehovedet, at fjernsynsnyheder spiller en særlig rolle for dem, hvis formåen til at lære om politik er mindre veludviklet.

Den måde, fjernsyn formidler politiske nyheder og samfundsstof på, gør indholdet mere tilgængeligt for mange borgere, end aviser og radio formår at gøre det.

Mange interesserer sig ikke for politik

Mulighederne for at lære om politik er selvfølgelig givet, uanset om DR fortsætter i sin nuværende form med også at producere meget populært indhold eller kun fokuserer på samfundsstof, der ikke er kommercielt bæredygtigt. I begge tilfælde vil informationerne om samfund og politik være tilgængelige hos DR. Mulighederne for at lære er altså til stede, men det er motivationen ikke nødvendigvis.

Tidligere forskning indikerer, at interessen for politik er noget, vi primært lærer i vores ungdom, blandt andet fra vores forældre, og efterfølgende er relativt stabil igennem vores liv. Virkeligheden er den, at mange ikke interesserer sig meget for politik og det samfund, de lever i. De har altså grundlæggende en lav motivation for at opsøge information og nyheder om politik og samfundsforhold.

DR kan gøre en forskel for lavtmotiverede seere

Det er netop i forbindelse med lav motivation, at DR's samlede udbud kan gøre en forskel. Det brede udbud betyder, at nogle ender med at se nyheder og andet samfundsstof med politisk indhold, selv om de ikke har en ret høj motivation for at gøre det. Det skyldes blandt andet det, man i forskningen kalder 'lead in'- og 'lead out'-effekter. Man vil gerne se det nyeste afsnit af Sporløs, men for ikke at gå glip af starten af programmet tænder man for fjernsynet lidt før kl. 20 – og ender derfor med at se TV Avisens korte nyhedsoverblik lige inden. Eller man har lige set X Factor, men bliver hængende foran fjernsynet, når TV Avisen popper op på skærmen umiddelbart efter. På den måde ender mediebrugere med at se nyheder, selv om de egentlig tændte for DR af en anden grund.

Fjernsynet giver utilsigtet læring

I en detaljeret analyse af det svenske rigsdagsvalg i 2010 fulgte jeg i samarbejde med tre kolleger en række vælgere gennem valgkampen og spurgte dem gentagne gange til deres viden om politik. Vores resultater tegnede et klart billede. De vælgere, der så mest SVT, der er en svensk public service-kanal, som minder om danske DR, lærte mest i løbet af valgkampen.

Ikke nok med det: vi kunne også se, at denne læringseffekt skete uafhængigt af, om folk interesserer sig for politik. Det vil sige, at også dem, der så SVT med begrænset interesse for politik, lærte mere om politik. Faktisk viser vores analyser endda, at det netop var dem med lavest politisk interesse, der fik mest ud af at se SVT. Det giver god mening, da dem, der interesserer sig meget for politik, også hører om politik fra andre,

mere krævende kilder, eksempelvis aviser og radio. Denne effekt, hvor folk, der egentlig ikke interesserer sig for politik, alligevel kommer til at lære om politik, kalder man utilsigtet læring (inadvertent learning) i forskningslitteraturen.

Public service skal kombinere pop og seriøsitet

Hvad betyder disse resultater så for, hvordan DR skal sammensætte sit program? Hvis public service-medier kun fokuserer på politik og samfundsforhold, vil dem, der ikke interesserer sig for dette, formentlig ikke bruge public service-medierne. Dermed forsvinder også mulighederne for utilsigtet læring. For at nå netop dem, der ikke interesserer sig for politik og samfundsforhold, skal DR kombinere populære udsendelser med masseappel med nyheds- og samfundsprogrammer.

Udviklingen kan skabe polarisering

Når de, der ikke interesserer sig for politik, ikke længere bliver eksponeret for nyhedsstof og samfundsforhold, vil forskellen i viden om samfundet mellem dem og dem med politisk interesse øges. I en analyse af udviklingen i politisk viden blandt schweiziske vælgere i løbet af 1990'erne dokumenterede vi en stigende afstand i vidensniveauerne mellem dem med og dem uden politisk interesse.

1990'erne er særligt interessante, fordi det var her, vi så markante udvidelser i kommercielt fjernsyn og en voldsomt øget konkurrence til public service-udbydere, der før i tiden mere eller mindre havde markederne for sig selv. I samme periode kunne vi også se, at politisk interesse blev mere og mere afgørende for, om vælgerne blev eksponeret for politik og samfundsstof i fjernsynet.

Med et stigende antal kommercielle fjernsynskanaler med færre eller ingen nyheder og meget mere underholdning fik vælgere uden politisk interesse nemmere og nemmere ved at undgå det, de ikke interesserer sig for: nemlig politik. Konsekvensen var så bare også, at de vidste mindre om politik. Disse resultater er vigtige for et lands mediepolitik. Hvis det primært er dem, der interesserer sig for politik, som bruger medier med politisk indhold, og derved lærer mere om politik og efterfølgende engagerer sig mere i politik, kan det have vidtgående konsekvenser for et samfund.

Det kan i sidste ende betyde en polarisering i den politiske debat, der gør det vanskeligt at finde kompromiser på tværs af politiske skel. De med mest politisk interesse har nemlig også en tendens til at være dem, der har de mest urokkelige og ekstreme politiske holdninger.

Politisk udfordring at skabe balance i medierne

Forskningen kan næppe give et præcist svar på, hvordan DR eller andre public service-mediehuse bør organiseres, eller præcis hvordan de skal afgrænses fra kommercielle udbydere. Man skal ikke gå i den fælde, der hedder, at det er det bedst for samfundet, blot fordi det er public service. Fra forskningen ved vi eksempelvis, at det var de store kommercielle udbydere i USA, der før i tiden formåede at nå et bredt udsnit af befolkningen med deres nyheder (men i dag ikke længere indtager denne rolle). Den politiske udfordring er at skabe den rette balance i mediepolitikken, så der er plads til et blandet public service- og kommercielt udbud.

Kilde: <http://videnskab.dk/politologisk-arbog-2016/public-service-medier-er-vigtige-vaelgernes-politiske-viden>

Debat om DR. Public service i nye klæder

Af: *METTE BOCK* (11. august 2016 Kristeligt Dagblad Sektion 1 Side 10, Debat)

SÅ HAR VI DEN IGEN, diskussionen om DR's rolle, størrelse og finansiering. Ikke kun politisk og ideologisk, men også i form af initiativer som den igangværende underskriftsindsamling, hvor fortvivlede borgere protesterer mod lukningen af flere tro- og eksistensprogrammer. Det har altid været mig en gåde, at DR skal trækkes, slæbes, skubbes og trues til at producere og levere programmer, der for mig at se ligger helt inde i centrum af det, vi kalder public service: tro og eksistens, litteratur, billedkunst, musik, teater, videnskab, historie, grundige og seriøse debatter og en hel del mere. Tænk, hvis DR - om ikke andet, så af taktiske grunde - sørgede for, at denne basis var i orden.

Det er den bare ikke, og det har den ikke været i mange år. På det bagtæppe bærer DR selv en stor del af ansvaret for, at diskussionen nu i høj grad også handler om DR's størrelse og måden, institutionen finansieres på. Jeg skal for god ordens skyld nævne, at jeg selv var en del af DR's direktion fra 2008 til 2010. De holdninger til DR, som jeg i dag giver udtryk for som politiker, er præcis de samme, som jeg havde som medlem af DR's direktion: DR skal differentiere sig fra det øvrige marked, ikke efterligne det.

DR HAR SOM EN kerneopgave at sikre, at den oplysning og debat, viden om vores sprog, identitet og kultur, som vi ikke kan få andre steder, bliver tilgængelig. Danmark er et lille land og et lille sprogområde - og dermed et lille marked at producere til. Derfor vil der være et behov for et supplement og korrektiv til

markedet, der i øvrigt på lange stræk også formår at levere kvalitetsindhold. Denne avis er et glimrende eksempel. Det var den daværende øvrige direktion ikke enig med mig i, og derfor valgte jeg i al fredsommelighed at forlade DR. Jeg synes, det er blevet bedre, siden vi fik en ny generaldirektør. Maria Rørbye Rønn er på mange måder dygtig. Men kerne public service lever fortsat på tålt ophold. Det sidder åbenbart i væggene, for det er fortsat ikke muligt at se konturerne af en klar og differentieret DR-profil. Symptomerne er mange: Den aktuelle underskriftsindsamling, der ikke er den første af sin art. Gyldendals litterære direktør, Johannes Riis, har i årevis efterlyst bedre og flere litteraturprogrammer. Og skal man se eller lytte til debatprogrammer, hvor der er tid til grundige og forstandige drøftelser af verdens alvorlige udfordringer, skal man ty til tyske medier. Hertil kommer borgernes tiltagende vrede over tvangen til at betale licens til en institution, man synes svigter. Jeg kunne fortsætte.

Vi politikere skal ikke blande os i debatten om, hvorvidt helt konkrete programmer, som " Eksistens" og " Mennesker og tro", skal lukkes eller erstattes af noget andet. Vi skal udstikke rammer. Jeg er ikke i tvivl om, at der venter store reformer, præcis som vi ser andre steder i Europa. I min optik har vi mere end nogensinde behov for grundighed, alvor og dybde. DR skal være slankere og kulturelt skarpere. Tvangslicensen bør omlægges til en abonnementsordning, så borgerne får et friere valg. Og man kan med rette spørge, om DR's fremragende orkestre og kor ikke kunne leve en mindst lige så god tilværelse i andet regi. Lad mig til sidst udtrykke et konkret håb om, at DR's bestyrelse og direktion selv fremlægger en vision for, hvordan de ser DR's opgave og rolle. Ikke blot i morgen, men også om 5-10 år, når der ikke længere er behov for et helt dusin forskellige kanaler, der skal fyldes væg til væg i alle døgnets timer. For til den tid henter vi de programmer, vi vil - på de tidspunkter, der passer os. Til den tid vil der også være en sult efter oplysning, forståelse og indsigt. Og dermed behov for public service. I nye klæder.

Danske Medier: Demokratisk problem at DR kopierer dagbladenes indhold

Formand i brancheorganisationen Danske Medier, Stig Ørskov, mener, at DR forvrider konkurrencen og underminerer de private mediers muligheder for at skabe bæredygtige forretninger. En reducere af DR vil give bedre plads til de frie medier til fordel for demokratiet.

Af Kirstine Benedicta Lauritzen (05 august, 2016)

Siden adm. direktør for JP/Politikens Hus, Stig Ørskov, overtog formandsposten i brancheorganisationen Danske Medier sidste år, har han ikke lagt skjul på sin holdning til DRs størrelse og aktiviteter. Og da

Politiken sidste år bad den nyudnævnte formand udvælge tre mærkesager for Danske Medier, var DR også øverst på listen over områder, der skulle gøres noget ved. Det er derfor helt i tråd med Stig Ørskovs syn på mediemastodonten, når Dansk Folkeparti i dagens Berlingske foreslår at skære massivt i DRs budget på 3,7 mia. kr. årligt. Helt konkret vil det største borgerlige parti skære en fjerdedel af det beløb væk over en femårig periode.

De øvrige borgerlige partier – herunder kulturminister Bertel Haarder (V) – er enig med DF. Han mener også, at DR udfordrer de private medier og dermed danskernes mulighed for at få et alternativ.

Hvad er problemet i, at DR lever op til sine public service forpligtelser om en bred dækning af nyheder?

»I Danske Medier er vi optaget af, at danskerne sikres et mangfoldigt udbud af frie medier. Og at de i højere grad selv får lov til at bestemme over deres medieforbrug. I dag får DR 3,7 mia. kr. årligt i tvangsopkrævede licenskroner, som DR blandt andet bruger på at producere en gratis digital netavis, der er i direkte konkurrence med dagbladenes netaviser. Og som i stort omfang kopierer dagbladenes indhold. Det er voldsomt konkurrenceforvridende og underminerer de frie og uafhængige medier, hvilket er til skade for mediemangfoldigheden. Det er et demokratisk problem.«

Hvordan kan det styrke de private medier at beskære i DR?

»DRs aktiviteter forvrider konkurrencen og underminerer de private mediers muligheder for at skabe bæredygtige forretninger. Med en reduktion af licensen og en slankning af DR, bliver der bedre plads til de frie medier, og forbrugerne får frigivet penge til andet medieforbrug end DR. Det er godt for demokratiet, og det er godt for borgerne. Det er på høje tid, at vi får normaliseret balancen mellem statens medier og de frie medier.«

Er det ikke nærmere de amerikanske mastodonter - Netflix, Google, Facebook, HBO - der er de reelle problemer og danske mediers helt store konkurrenter frem for DR?

»Vi er vant til konkurrence. Og vi har ikke det fjerneste imod konkurrence, når den sker på lige vilkår. Men DR bruger tvangsopkrævede licenskroner til aktiviteter, der er stærkt konkurrenceforvridende. Det er det, vi reagerer på.«

Risikerer vi ikke at få mindre public service OG mindre privatfinansieret journalistik - altså både pest og kolera?

»Langt de fleste private medier producerer public service indhold, der er mindst lige så godt som det indhold, DR producerer. Ved at give dem bedre plads, sikrer vi et mangfoldigt og stærkt medielandskab. Det giver bedre valgmuligheder for borgerne og gavner den demokratiske debat.«

Er det ikke i virkeligheden bare de private medier, der har været for længe om at se digitale udvikling og udvikle bæredygtige forretningsmodeller - har DR overhovedet noget med problemerne at gøre?

»Alene i 2015 skruede DR sit digitale budget op med 40 procent. De midler bliver brugt på at producere et gratis indhold, som i høj grad er konkurrenceforvridende. Dermed er det betydeligt sværere at skabe bæredygtige forretninger for de private medier. Konsekvensen er, at udbuddet af medier begrænses. Det er skidt for borgernes valgmuligheder og demokratisk usundt.«

Kilde: <http://www.b.dk/nationalt/danske-medier-demokratisk-problem-at-dr-kopierer-dagbladenes-indhold>

Public service kan leveres af mange andre end DR

Public service: Det enorme DR svigter sine kerneopgaver og bruger ressourcerne forkert – til stor skade for de private medier. Hele licens- og mediestøttesystemet bør bygges op forfra – og mange andre aktører end DR bør kunne levere den public service, som er – og bør – være en del af samfundet.

KOMMENTAR af Troels Mylenberg, ansvarshavende chefredaktør på Fyens Stiftstidende, Århus Stiftstidende og Randers Amtsavis og chefredaktør på Fyns Amts Avis (02.august, 2016)

Den danske mediedebat kører i sine faste, forudsigelige og kedsommelige riller. Vi i de private medier beskyldes for at være fjendtlige over for DR – mens DR kritiseres både for at fylde for meget og for ikke at favne yngre målgrupper. Debatten gentager sig selv. Imens drøner andre (udenlandske) medier forbi – og erobrer brugernes opmærksomhed.

Anledningen til denne artikel er (endnu) et i mine øjne ikke særlig ånd- og visionsfyldt indlæg på MediaWatch fra medieforsker og tidligere direktør for kulturministeriets mediesekretariat Erik Nordahl Svendsen. Forfatteren er opvokset i DR-systemet. Han anser derfor enhver debat om forholdet mellem private medier og de offentlige medier som et angreb på DR – og dermed på selve det danske demokratis fundament.

For der eksisterer i mange klassiske medieforsker- og mediedebattørkredse en DR-opfattelse, som i mine øjne slører disse observatørers analyser. I deres verden er DR den gode fe, mens vi andre – de privatejede – er pengegriske, kommercielt tænkende, neokapitalistiske foretagender, der – hvis det var muligt – alene ville skovle penge ind til ejerne og kun betjene dem, der kan og vil betale. I den slørede verden er det os, de privatejede medier, der lukrerer på DR og ikke omvendt. Også selvom der eksisterede privat public service i Danmark, som endda var drivende i demokratiseringen af samfundet, i flere menneskealdre, inden DR. Da teknologiudviklingen i 1925 gav os en statsradiofoni havde man en kammersanger som sin første chef og et symfoniorkester i porteføljen. Da nyhederne blev tilføjet – først året efter – blev de leveret af de privatejede aviser.

Men 2015 blev året, hvor antallet af redaktionelle medarbejdere i DR og det statsejede, men kommercielt drevne TV2 for første gang oversteg antallet af privatansatte journalister. Er det sådan, det skal være? Og er det i øvrigt ikke sådan, at man ikke behøver være licensfinansieret for at have reelle hensigter om at bidrage til den demokratiske samtale og klæde borgerne på til nyhedsstrømmen?

Er alt, hvad DR laver ”public service”?

Sagt i al respekt har DR-folkene ikke stor indsigt i, hvordan mediemarkedet lige nu forrykker sig kommercielt – de synes mest at interessere sig for at sikre DR’s udbredelse og beståen. Men vi bør altså sammen have et bredere perspektiv, et fokus på indholdet – og diskutere, hvordan danskerne får mest for pengene.

Da jeg begyndte i journalistikken for mere end 20 år siden, havde jeg ingen anelse om, hvorvidt den virksomhed, jeg arbejdede for, var en god forretning. Eller om hvorvidt og hvordan den modtog mediestøtte. Jeg producerede blot journalistik. Hurra for, at alene det var – og er – journalisters opgave. I dag skal journalister også helst skærmes for forretningen, men det er desværre ikke helt muligt i en presset tid, hvor forretningerne skal skæres til i et væk.

Bevares – i DR skæres der også til i ny og næ, men her er det politiske beslutninger, der afgør omfanget af besparelserne. Hos os andre er det markedet. Det marked, som vi og DR har helt forskellige tilknytninger til. Mens vi mærkede, hvordan bolig-, bil- og jobannoncernes milliarder forsvandt, og nu oplever at også den digitale annonceomsætning flytter sig til udenlandske virksomheder, der ikke betaler skat i Danmark, er DR hævet over disse vilkår.

Det er godt, at der kan produceres redaktionelt indhold uden for dette pres. For naturligvis skal vi et lille land med et lille sprog have en sikkerhed for, at der produceres medieindhold af høj kvalitet til borgerne. Det er, for mig at se, en del af et velfungerende samfund. Problemet er, at DR i høj grad skubber på den udvikling, der gør det vanskeligere for os på markedet at tjene penge til journalistikken.

Således er ingen anden medieaktør så aktiv på sociale (udenlandsk-ejede) medier som DR. Ja, nogle gange får man nærmest fornemmelsen af, at programmer i radio og tv nærmest er supplementet til DR’s sociale medier-aktiviteter og ikke omvendt. Jeg forstår ikke hvorfor.

Det er bare et af paradokserne. Et andet er, at DR døgnet igennem på ganske mange kanaler sender popmusik. Da jeg tidligere på sommeren spurgte en højt placeret DR-medarbejder, om man dog ikke kunne overlade dét til kommercielle radiostationer, lød svaret, at ingen ville høre timeradioavisen, hvis ikke der var musik imellem. Altså er musikken alene til for at fastholde lyttere, der – en gang i timen – skal høre tre minutters nyheder.

Den argumentation er efter min vurdering både grotesk og formynderisk, ikke mindst i lyset af at mange kommercielle radiostationer faktisk også sender timenyheder. Bør bibliotekerne så også have lov til at drive tivolier ved indgangsdøren for på den måde at tvinge boglån ned i halsen på danskerne? I mine øjne bør nyheder og journalistik stilles til rådighed for dem, der vil benytte sig af dem – og i hvert fald ikke sukres ind for licenspenge. Det er et udtryk for mangel på tillid til danskernes evne til selv at opdatere sig på verdens gang.

Et tredje paradoks er DRs enorme produktion og afspilning af reklamer for egne programmer. I radioen går der for eksempel sjældent mere end fem-ti minutter (eller to popsange) mellem en blok af dyrt og lækkert producerede trailere for kommende programmer, for licensen, for koncerter i DR's eget koncerthus og meget, meget andet som DR dygtigt leverer. Det ligner deciderede reklameblokke med alle den kommercielle reklameverdens velkendte tricks. DR forklarer, hvordan seerne og lytterne på den måde fastholdes, fordeles mellem kanaler og gøres opmærksomme på alt det, som licensen giver adgang til. Men for mig at se ligner det regulær reklame – som der, for de private aktører, er mange regler for. I de gratis ugeaviser, som private bladhusene laver, er helt klare regler for antallet af annoncer – herunder annoncer for vores egne produkter. Ellers må de slet ikke omdeles som aviser.

Og varetager DR så de opgaver, som huset skal? I dag lever DR efter min opfattelse ikke altid op til journalistikkens moderne grundpræmisser om hurtighed og tilstedeværelse. Man sender hverken ekstra om det fejlslagne militærkup i Tyrkiet eller dødsskyderiet i München.

Kort sagt: Der må nødvendigvis komme en diskussion om, hvad DR skal – og måske vigtigst: Hvad DR ikke skal. Er mantraet om at ville være 'noget for alle' ikke en hul argumentation for DR's opdeling i nicher til alle mulige segmenter? Er det eneste, der er tilbage "for fællesskabet" ikke reelt de tv-serier, hvis høje kvalitet har gjort dem til eksportvare (og dermed næppe længere støtteafhængige) samt hyggelige fra udlandet indkøbte programformater som eksempelvis *Den Store Bagedyst*?

Private medier laver også "public service"

At mange debattører har et sløret syn på medieverdenen betyder, at private medier konstant skal mindes om, at vi modtager mediestøtte. Det, mener kritikerne, harmonerer ikke med vores kapitalistiske sindelag. Man understreger også, at aviserne er momsfristede – og glemmer helt, at ganske mange forskellige dele af samfundet er begunstiget af nulmoms (kultur, undervisning og endda visse finansielle institutioner). Man glemmer også, at nulmomsen ikke gælder digitale medieaktiviteter. Men vi – alle de private mediehusene – er meget mere end abonnementsaviser for dem, der kan og vil betale for disse. Vi udkommer på mange

platforme, laver net, tv, radio – gratis såvel som betalt.

Når vi diskuterer fremtiden for medierne, er det derfor på tide, at debatten kommer til at handle om mediernes indhold frem for deres form. I min virksomhed har vi, i vores selskaber, i flere århundreder haft vedtægter, der har forpligtet os til at levere netop public service – præcis dét, som DR-medieforskerne ellers kun hævder, at man kan gøre for licenspenge i politisk styrede organisationer.

Jeg er sådan set træt af at blive skudt i skoene, at vi ikke gør præcis det. Vi er derude, hvor DR aldrig kommer, med mindre de skal lave vejrudsigter i sommerferien. Vi er i de mindre samfund – i forsøget på at være en hånd i ryggen for det flertal af danskere, der ikke bor i de store byer. Der har vi et ansvar, og vi tager det i den grad på os. Det er en erkendelse, som vi trænger til også bliver en del af mediedebatten. Og vi bidrager med medieindhold, som ikke blev produceret, hvis ikke vi gjorde det. Slet ikke af DR. Ikke bare DR kommer der ikke længere. Rådhus, domstole, politi, sygehuse og skoler centraliseres også. Tilbage står menneskerne og os. For vi bliver derude, hvor den offentlige service (public service) ikke længere kommer.

En helt ny form for mediestøtte

Isoleret set har journalistik jo aldrig nogensinde kunnet betale sig at producere. Der har altid skullet enten licens eller annoncefinansiering til. Løssalg og abonnementsbetaling – altså: læserne selv – har aldrig alene kunnet dække udgifterne til kvalitetsjournalistik i Danmark.

I år blev året, hvor jeg – måske sent – for alvor selv erkendte, at min virksomhed godt nok et kvart årtusinde år på bagen, men skal betragte sig selv som en start-up. Vi skal tænke nyt – samtidig med at vi laver det, vi er sat i verden for: Journalistik til borgerne. Journalistik, som gør læserne klogere og inspirerer dem til at deltage endnu mere i samfundslivet. Det kommer til at tage mange nye former, men ilden er den samme: Oplysning, kritisk stillingtagen, indsigt, underholdning, holdning og alt det andet som alle dage har karakteriseret gode medier, der jo spiller en rolle i menneskers liv som meget andet og mere end nyhedsformidling.

Jeg har indoptaget et slogan stjålet fra en norsk kollega: Min opgave er at sikre, at vi som journalister kan løse vores samfundsopgave i en digital økonomi. Det gør vi gerne i samklang med dem, der har den 'luksus' alene at skulle agere i planlagt økonomi med fire års politisk forligshorizont.

For som jeg før har givet udtryk for, så håber jeg, at fremtidens mediestøtte går alene til indholdet. Politisk enes vi om, hvor mange midler, der skal bruges (måske svarende til den samlede licens- og mediestøtte i dag

eller måske endda mindre). Hvorefter dem, der kan levere det rigtige indhold, også får mulighed for at byde ind på at løfte opgaven.

Det vil blive en helt ny model – med inspiration fra filmstøtteordningen. Så politikerne stiller krav og sætter rammer, hvorefter et institut uddeler midlerne til dem, der kan og vil levere varen. For public service kan leveres af mange – og af mange andre end DR. En sådan model vil blive et tiltrængt skub for nystartede medievirksomheder, der har andre formål end de velkendte og ofte fremhævede nystartede aktører som Zetland og Føljeton, der firkantet sagt blot laver mere af det, vi kender i forvejen, og som alene rammer dem, der i forvejen er så vel (over)betjent på mediefronten.

I dag er DR så stor og stærk en organisation, at det ville svare til, at filminstituttet ikke bare uddelte pengene, men også ejede biograferne og bestemte, hvilke film, der skulle vises hvornår og hvor længe. Og i øvrigt også – som en parallel til popmusikken mellem radioaviserne – stod for popcornsalget. Sådan skal det ikke være. Pengene skal gå til indhold. Mest muligt, bedst muligt. Og for min skyld gerne i spændende samarbejder mellem offentlige og private medievirksomheder

Private medier og DR lever ikke på ens vilkår, men så længe DR agerer som en kommerciel medievirksomhed dog uden markedets udfordringer, skader vi hinanden i stedet for at arbejde sammen. Ikke mindst sammen om at sikre danskerne mest muligt dansk produceret medieindhold, der kan dæmme op for de internationale giganters fremfærd. Vi har en fælles interesse i at være stærke sammen. Hvilket i særlig grad kræver, at DR overlader markedet til os, der agerer på det og i stedet supplerer med noget af alt det, markedet ikke selv kan levere. Vi kunne endda på den måde i fællesskab tage udfordringen fra udlandet op og sikre, at vi sammen brugte kræfterne på at sikre danskerne det bedst mulige danske medieindhold, hvilket de jo betaler for. Og mon ikke danskerne faktisk gerne vil have mest mulig godt og relevant medieindhold for pengene. Lad os sikre det i fælleskab – det vil være ægte public service-ånd.

Troels Mylenberg (f. 1970) er journalist og forfatter. Han er ansvarshavende chefredaktør på Fyens Stiftstidende, Århus Stiftstidende og Randers Amtstidende og chefredaktør på Fyns Amts Avis. Han er desuden tidligere forstander ved Vallekilde Højskole og mellem 2005-08 var han leder af Center for Journalistik ved Syddansk Universitet.

Kilde: <http://raeson.dk/2016/public-service-kan-leveres-af-mange-andre-end-dr/>