

Høringssvar og debatoplæg

Public service-udvalget

Med fuld politisk opbakning til den ny Mediaaftale 2015-2018, blev det også besluttet at nedsætte et sagkyndigt udvalg, ”... som skal udarbejde et grundlag for overvejelser om public service-mediernes rolle i medievirkeligheden de kommende år”. Det kan du også læse mere om [her](#).

Fra udvalgets kommissorium: ”Udvalget skal inden for opdraget nærmere fastlægge de emneområder, som udvalget vil afdække. Udvalget kan i forbindelse med afdækningen af de enkelte emneområder indhente ekstern ekspertbistand – herunder fra branchen og fra andre relevante lande. Udvalget skal afholde halvårslige temamøder med relevante interessenter, ordførere for partierne bag mediaaftalen for 2015-2018 mv. mhp. afrapportering og dialog inden for de forskellige emneområder. Udvalget skal afgive delrapporter, men ikke komme med indstillinger. Udvalgets arbejde skal være afsluttet den 1. januar 2017”.

Det første af disse halvårslige temamøder er den **10. september 2015**.

Udvalgets oplæg til mødet indeholder et 35-siders høringsnotat samt et noget kortere debatoplæg på 6 sider. Notatet er udarbejdet på baggrund af 45 svar, som er afgivet før sommerferien, og som udgør 215 sider. (Alle dokumenter kan findes på [udvalgets hjemmeside](#)).

Udvalget ønsker på det første møde at debattere **disse to temaer**:

1. Hvad er formålet med public service i den nye medievirkelighed – hvilken rolle skal/kan de danske public service-medier spille i den digitale fremtid i demokratisk, samfundsmæssig og kulturel henseende?
2. Samspil og muligheder for samarbejde mellem public service-medier og andre medier samt øvrige samarbejdspartnere i den nye medievirkelighed.

Når det første temamøde handler om netop disse to emner, skyldes det bl.a. svarenes bredde i forhold til ”... formålet med public service ...”. Besvarelserne afslører stor diskrepans i opfattelsen af, hvad public service er for en størrelse – og det synes særdeles relevant indledningsvis at få det på plads – ligesom flere svar (jf. pkt. 2) indeholder konkrete forslag til samarbejder.

Høringsnotatet er disponeret med følgende afsnit:

- *Tendenser i medieudviklingen* – en vurdering af de væsentligste tendenser i medieudviklingen.
- *Økonomi* – en vurdering af, hvordan de økonomiske rammevilkår har udviklet sig.
- *Produktionsvilkår* – en vurdering af, hvordan den måde, rammevilkårene har udviklet sig på, har påvirket muligheder for produktion af dansk indhold, herunder journalistisk indhold.
- *Konkurrencesituationen* – en vurdering af, hvordan konkurrencesituationen har udviklet sig eksempelvis i forhold til konkurrencen om borgernes fritid, om annoncekroner og anden brugerbetaling, og hvordan den forventes at udvikle sig fremadrettet.
- *Forbrugermønstre* – en vurdering af, hvordan forbruget af medieprodukter har udviklet sig, og hvordan det forventes at ske fremadrettet.
- *Teknologi* – en vurdering af, hvordan den teknologiske udvikling har ændret rammevilkårene, og hvad det forventes at betyde fremadrettet.
- *Public service* – en vurdering af, hvordan den nuværende indretning af public service (forstået som bredden og typen af public serviceindholdsproduktion, platforme anvendt til distribution af public serviceindhold, det økonomiske omfang af public servicevirksomheden mv.) i Danmark påvirker mulighederne, og hvilke opgaver der anses som de væsentligste public service-opgaver.
- *Andet* – andre forhold, som anses for vigtige i forhold til medieudviklingen eller rammevilkår.

En meta-analyse

Jeg giver her min egen ultrakorte nedskrivning af de 35 sider til "1 side", hvor en overordnet konklusion meget hurtigt kan beskrives som: det handler om "danskheden", hvor alle kommercielle aktører mener, at DR's rolle alene bør koncentrere sig om danske produktioner og den danske kultur. Med andre ord skal de holde sig fra at sende udenlandske film og serier og andet som ikke er egenproduceret – og underholdningen bør overlades til et privatiseret TV 2 og til de kommercielle aktører.

Besvarelserne har forskellige argumenter for at reducere og/eller begrænse DR's virke. De aktører der har afgivet svar er endog meget konkrete i deres forslag til hvordan dette bør ske, hvorimod svarene fra mange branche-

organisationer primært er politiske udmeldinger. Disse kan i realiteten koges ned til følgende gloser: *dansk kultur, fællesskabet, samfundet, demokratiet.*

Det klinger måske lidt hult, når flere af brancheorganisationernes medlemmer i egne svar peger på økonomiske forhold og taler om konkurrenceforvridningen og mere statsstøtte (til dem selv) i samme åndedrag. Det er også interessant at konstatere, at de undersøgelser som den kommercielle del af branchen ønsker gennemført alene handler om strammere vilkår og nye procedurer for DR's virke.

DR og TV 2 og regionerne er naturligvis ikke enige i dette. Det er bredden – og det at være noget for alle – som er opgaven (jf. sidst i artiklen beskrivelsen af public service-begrebet og DR's strategi). Den mest markante støtte til DR og public service er Dansk Journalistforbund, som her plejer sine medlemmers interesse.

Tyvstart på debatten

Der er ikke rigtig noget nyt. Faktisk gengiver sommerens mange angreb på DR de samme positioner. Det er dog nyt, at Finansministeren har været ude med riven om DR's relevans, og at Venstres nye medieordfører, Morten Løkkegaard, synes at det nu haster med debatten om public service. Og selv om den nye Kulturminister henviser til den politisk aftalte borgfred for DR indtil 2018, så kan det klart fornemmes at der nu er en liberal regering, hvor Bertel Haarders nylige tilbud om "præmiebjere" – hvis nogen kunne finde et bedre ord for public service – formodentligt også er en prøveballon. Socialdemokraternes Mogens Jensen er dog retur i rollen som medieordfører og støtter fredsftalen og DR's nuværende virke.

Skal man spekulere i mulige politiske signaler, er det nemt nok at finde konspirationsmodeller for, at det måske mere handler om regeringens grønthøster på de 2 % over hele linjen – herunder også DR's licens allerede nu – mere end det handler om regeringens yderligere støtte til de kommercielle medier. Det vil også være nemt f.eks. at skyde de kommercielle medier i skoene, at de har orkestreret sommerens angreb på DR – men her mangler et par af de store aktører, nemlig MTG, som ikke har svaret på høringsen, og f.eks. JP/Politiken, som heller ikke har svaret. Det har derimod Berlingske og Discovery, som tydeligvis har koordineret deres svar med Danske Medier, om at stække DR. Begge aktører er udenlandsk ejede og det handler helt regulært om indtjening, hvor et begrænset DR vil lune i kassen hos deres ejere.

Teracom og kabel-tv operatørerne adresserer distributionen og peger på, at DR burde afgive deres distribution og koncentrere sig om indhold. Teracom ønsker at indgå i et samarbejde med public service om den teknologiske udvikling af distribution i fremtiden. Teracom og Boxer TV er afhængige af om distribution af antenne- tv fortsætter efter 2020, hvor Boxer TV's sendetilladelse udløber – ligesom DIGI-TV's, der også distribuerer TV 2-regionerne og Folketinget, gør det.

TV 2-regionerne og TV 2 er opmærksomme på dette, fordi de kan risikere at miste de nu garanterede abonnementsindtægter og komme til at betale for at blive distribueret på nettet i en anden model. TDC har indikeret, at public service "must carry" ikke kommer på tale for distribution på nettet.

Alle er enige om at streaming og on demand udvikler sig stærkt og ændrer brugeradfærden, men besvarelserne synes at forudsætte, at det nuværende broadcast-netværk forbliver intakt – og public service på nettet adresseres derfor kun i form af DR's rolle som nyheds-hjemmeside og catch up-tjeneste.

Ingen af de øvrige besvarelser tager højde for det større billede af, at "radio & tv" vil ende på nettet, når tv-frekvenserne bliver reduceret helt eller delvist. Faktisk er det kun min egen besvarelse (jf. senere resume), der berører dette emne i relation til relevante undersøgelser.

Statens digitaliseringsstrategi

Høringsnotatet opererer med en opfattelse af "*... den teknologiske udvikling (herunder digitaliseringen) ...*" – men der tages ikke hul på digitaliseringens tekniske løsning. Ordet "digitaliseringen" er tilsyneladende lige så udefineret som betydningen af "public service" – og det er interessant, at Digitaliseringsstyrelsen ikke har svaret. Er hele formålet med digitaliseringen af Danmark og bredbåndsudrulningen ikke, at de danske borgere bliver digitale i al slags kommunikation?

Regeringens digitaliseringsstrategi for 2016-2020 har disse tre pejlemærker:

1. En effektiv og værdiskabende offentlig sektor
2. Offentlig digital service skaber værdi for borger og virksomheder
3. Offentlig digitalisering skal understøtte virksomhedernes vækst

Det er her jeg savner Digitaliseringsstyrelsen i debatten. Hvorfor er public service-medier ikke en del af dette? Hvor er sammenhængen mellem de

offentlige styrelser i dette spørgsmål? Er medierne, når det kommer til stykket, alligevel "kun" et spørgsmål om kulturpolitik uden for digitaliseringen?

Det er også interessant, at f.eks. Ældresagen heller ikke har svaret, idet de af flere andre bliver taget til indtægt for at udgøre et bestemt public service-segment. Og det er interessant, at biblioteker og kommunerne (enkeltvis eller sammenhængende) ikke har ønsket at afgive et svar. De er dog involveret i sammenhæng med hhv. det Kulturministeriet og -styrelsen kalder for *media literacy* – og kommunerne ift. bredbåndsudrulningen. Dermed er det også interessant, at heller ikke Erhvervsstyrelsen har fundet anledning til at svare på den teknologiske udvikling – bl.a. om frekvensspektrum og internetdistribution jf. min [tidligere artikel om DSM-strategien](#), hvor Erhvervsstyrelsen netop har en klar holdning om den digitale udvikling og medier.

Borgere i den digitale medieverden

Jeg er enig med udvalget i, at det vil være vanskeligt at tage den videre diskussion med flere temaer og høringer, hvis ikke der er enighed om, hvad public service er for en størrelse. I oplæggets pkt. 1: *"... hvilken rolle skal/kan de danske public service-medier spille i den digitale fremtid i demokratisk, samfundsmæssig og kulturel henseende?"* mangler dog en klarere definition af fremtidens digitale samfund, mere end blot at tale om en digital medieverden, hvorfor jeg også [linker til en tidligere artikel](#) om begrebet *media literacy*, som sætter medier i et større samfundsperspektiv.

De nordiske ministre for kultur og medier og repræsentanter for de nordiske public service-institutioner havde på et møde i Nordisk Ministerråd den 12.-13. maj 2015 en drøftelse af udfordringer for public service i den digitale fremtid set i et nordisk perspektiv. I en udtalelse fra mødet hedder det bl.a.:

"Digitaliseringen af medieområdet medfører, at flere og flere borgere – fra en bred kreds af nationale og internationale udbydere – i fremtiden selv vil vælge on demand, hvilken type programmer og indhold de vil se og høre. Det stiller grundlæggende spørgsmål til de nordiske public service-mediernes formål, rolle og virkemåde i de kommende år. [...] Samtidig lagde ministrene vægt på, at de reguleringsmæssige rammer for public service-opdraget skal give mulighed for, at public service-medierne kan distribuere deres public service-indhold på en sådan måde, at det kan tilgås af og skabe værdi for alle borgere i den digitale medieverden. [...]"

Det var det danske formandskab som bragte dette emne op på dagsordenen. Og det er min forhåbning, at det for en gangs skyld er en seriøs udmelding om,

at ville have en offentlig samfundsdebat om et vigtigt emne, der er en smule større og vigtigere end de kommercielle mediers interesse i at tjene lidt mere. Og ingen har vel glemt, at de kommercielle medier er kommercielle – dvs. de er der for at tjene penge – og de nyder fortsat godt af diverse statslige støtteordninger selv om de statslige medier fylder meget.

Spørgsmålet bliver om debatten kommer til at handle om det – eller om der i stedet tages hul på de konkrete forslag til nye samarbejdsmodeller her-og-nu, hvorved public service-udvalget blot ender som ”et udvalg” og bliver er politisk alibi.

Så, formålet var den offentlige og åbne debat. Lad os nu få den – og medierne selv kunne jo passende starte med at dække udvalgets møde for borgernes og debattens skyld. Der er meget at snakke om – og det handler om mere end mediernes egne interne magtkampe – f.eks. kunne de spørge deres brugere om, hvad de synes om mediernes leverancer (og ikke bare spørge til licensen).

Fremtidens digitale samfund

En af mine pointer i min besvarelse af høringen, er at vi bør se på forandringen som et paradigmeskift – dvs. det kunne jo ende med en helt anderledes måde at vi ønsker at formidle og kommunikere med hinanden på. Min besvarelse kan findes i sin helhed i høringssvarene og er her blot gengivet med udsagn til public service-udvalgets inspiration. De følger af en analyse og en tankegang om, hvad ”medier” er i det større billede af en **digital samfundsvirkelighed**:

- Efter ca. 20 års digitalt tilløb er netværks- og mediekonvergenen en realitet. Netværkerne er klar – det er medierne ikke.
- Den totale digitalisering af vores globale kommunikationsinfrastruktur sætter en ny dagsorden for en definition af, hvad ”medier” egentlig er i fremtiden – eller måske især *hvilken rolle* medierne skal spille i destillatet af demokratiet i den digitale tidsalder.
- De gamle mediers egen opfattelse af *medier* er et *raison d'être* om betydningen af information som formidling og en kommunikationsform, som ikke er en invitation til dialog mellem afsender og modtager.
- Hvis det alene er et økonomisk perspektiv, og public service-medier – på linje med den offentlige administration – skal effektivisere og tilpasse sig den digitale udvikling, så er både finansiering og organisering *up for grabs*.
- I sin teknologiske form kunne det f.eks. ligeså godt være et nationalt Facebook og et regionaliseret YouTube.
- Den næste generation af internettet er *intelligent* og vil forbinde alt. Det bliver det parallelt med at IA/AI (sensorer, maskinlæring og kunstig

intelligens) allerede i dag implementeres i devices og i forbrugernes dagligdag.

- Hvis alle borgere om nogle få år har en universel bredbåndstilslutning (herunder kabel-tv, fiber eller trådløs adgang), hvorfor betragter vi så ikke bare netværksadgang som noget samfundsinfrastruktur – ligesom vandforsyning, elektricitet etc.
- Digitaliseringen af kommunikationen til og med *det offentlige* ændrer dramatisk på opfattelsen og forståelsen af demokratiets praktiske form. Overtager f.eks. robotter (læs: automatisering og ekspertsystemer) også dialogen i administrationen?
- Hvordan vil public service-medier udmønte sig i praksis i et stigende udliciteret, automatiseret selvbetjeningssamfund af anden *public service*, hvor borgeren opfattes som en "kunde".
- Samfundets sammenhængskraft i en mere og mere synlig konkurrencestat bliver et romantiseret ideologisk kulturelt ideal. Vi er alle lige – der er bare nogen, der er mere lige end andre. Det handler både om teknologisk og social inkludering eller ekskludering.
- Den sidste målestok for public service-medier bliver den [målbare] kvantitative brug af tilbuddet, der allerede udmøntes i en regulær markedsføringsfunktion om synlighed og attention.
- Vil *brands* i form af radio & tv kanaler – uanset promovringen og teknologisk format og distributionsform i fremtiden – ikke blot blive til subkulturelle samlingspunkter for en segmentopfattelse af danskerne?
- Hvis broadcast og flow ikke længere repræsenterer en national samlende funktion om et kulturelt fællesskab, er public service opgaven med *information og kommunikation* så ikke blot et "produkt" for staten? Et produkt der kan udliciteres.

Teknokrati vs. demokrati

Massekommunikationen er på vej ud og en ny kommunikationsform kan meget vel erstattes af direkte kommunikation og en dialogform, som kunne ligne sociale netværkstjenester, bl.a. via digitaliseringen af den offentlige kommunikation til borgeren. Og når nu regeringen allerede har meldt ud, at de også selv ønsker at kommunikere direkte med borgerne via en ny hjemmeside – ligesom de enkelte politikere allerede gør det via deres sociale profiler – så kunne (public) information og oplysning vel også formidles via de forskellige fagministerier, der alle også kommunikerer via digitale tjenester (services).

Jeg ser gerne tingene i det større billede. Det gør jeg bl.a. for ikke at blive fanget i "ikke at kunne se skoven for bare træer", idet mit virke inden for både teknologi og medier handler om at finde og se en sammenhæng – her mellem

infrastruktur og indhold. Det er min personlige holdning, at tv-frekvenserne er bedre anvendt til trådløst bredbånd end opretholdelse af broadcastnetværk, som alligevel afløses af en universel infrastruktur i løbet af nogle få år, hvor det globale netværk leverer de tidligere radio & tv-funktionaliteter både bedre og mere effektivt – og med et reelt personligt frit valg på alt indhold. Jeg tror at navigation og gatekeeper-rollen vil blive en del af den intelligens vi allerede er ved at bygge ind i vores smart-devices. Godt indhold findes på mange servere og gode indholdsmagere vil overleve, fordi de laver godt indhold – og hvordan de udkommer teknologisk er en ”vvs-opgave”, som flere ”nye [rigtige] digitale medier” og netværkstjenesterne vil kunne tilbyde, fordi de gamle medier bliver integreret i nettets funktion som en tjeneste – og danskerne vil være kloge nok til selv at sortere (og programlægge) mellem skidt og kanel.

Læser-service om public service

Det følgende er citater fra hhv. lovgivningen, DR’s digitale strategi og BBC’s værdigrundlag. Det er blot tilbudt som en service til de læsere, der vil følge med i debatten. Sidst i artiklen har jeg formuleret min egen fortolkning.

Public service-udvalgets debatoplæg citerer § 10 i Radio- og fjernsynsloven om public service-definitionen:

”Den samlede public service-virksomhed skal via fjernsyn, radio og internet el. lign. sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. Programvirksomheden skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. Der skal endvidere lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur. Programvirksomheden skal endvidere afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af kulturinteresser i det danske samfund.

Den sidst foretagne væsentlige ændring af radio- og fjernsynslovens § 10 skete ved en ændring af loven i 2000 som følge af medieaftalen for 2001-2004. Ved denne ændring blev on-line-virksomhed (”internet el. lign.”) gjort til en del af public service-virksomheden på linje med tv og radio”.

Det er som udvalgets selv bemærker i deres debatoplæg en meget bred definition. Det er derfor lige så interessant at se, hvad det er DR selv mener, er opgaven (jf. deres nylige digitale strategi):

”DR er sat i verden for at skabe og formidle kultur og journalistik til hele befolkningen. Public service-opgaven har været den samme siden DRs første udsendelser i 1925. Til gengæld har måden, vi udfylder rollen på, udviklet sig i takt med samfundet, medierne og befolkningen.

Der har aldrig været så mange medietilbud som i dag. Vi ser stadig tv og hører radio, og vi er mere og mere på nettet, på mobilen og på sociale medier. Der er masser af indhold at vælge imellem, og vi bestemmer selv, hvor og hvornår det passer os at bruge tid på de forskellige medier.

I de kommende år bliver DRs vigtigste opgave at bringe DRs public service-mission og værdier med ind i en forandret medievirkelighed. Det kræver væsentlige omstillinger og nye satsninger.

DR vil fortsat skabe originalt indhold af høj kvalitet. Det bliver endnu vigtigere, når vi vil skille os ud i et globalt mediemarked med mange tilbud. Samtidig vil vi udvikle vores indhold og tilbud, så de passer til den måde, medierne bruges på, og indholdet skal være til rådighed på de relevante platforme.

Vores indhold skal både være relevant for den enkelte og have betydning for os alle. Det skal være indhold, som skaber indsigt og oplevelser. Indhold, der er værd at debattere, værd at have en holdning til og værd at være fælles om.

DR vil levere indhold der er værd at dele”.

I den helt korte version lyder det således:

”Mission: *Selv om medielandskabet forandrer sig, er public service-opgaven uforandret. Vores mission er fortsat, at DR samler, udfordrer og oplyser Danmark.*

Vision: *Vores vision er sigtelinjen for den forandring, vi vil skabe i de kommende fire år”.*

DR’s formulering er lige så bred som public service-definitionen – hvis man da (som jeg) ikke lige falder over DJØF-ordet ”udfordrer” – jeg vil da gerne selv vælge, hvem der kan og skal udfordre mig.

For sammenligningens skyld kunne det måske også være interessant at se, hvordan BBC – som er alle public service-mediers ”moder” – udtrykker sig om deres opfattelse af public service-opgaven:

“Our mission: *Our aim is simple - to enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain by being the most creative organisation in the world. But we don't focus simply on what we do – we also care how we do it.*

Our values: *We have six values, or standards, which people across the BBC share. They represent the expectations we have for ourselves and each other, they guide our day-to-day decisions and the way we behave.*

Trust is the foundation of the BBC; we are independent, impartial and honest. *We're truthful and fair in all our dealings. We make decisions based on our values, stick by them and take responsibility for them. We behave with integrity and do what we say we're going to do.*

Audiences are at the heart of everything we do. *We put audience needs first. We recognise that audiences are not all like us and our friends, so we make sure we know how their needs are changing. And we adapt.*

We take pride in delivering quality and value for money. *We are demanding of ourselves. We ask for help when we need it and know where we need to up our game. We challenge waste and spend money as if it were our own. We channel our energy into making things better and change or stop things that aren't working.*

Creativity is the lifeblood of our organization. *We're brave. We innovate and demonstrate creative ambition, trying new things and embracing new technology. We seek out different perspectives, others' ideas and opinions. We seize opportunities to train ourselves, develop our careers and try new roles.*

We respect each other and celebrate our diversity. *We respect all our colleagues, whoever they are. We're honest, direct and always courteous. We challenge others' ideas but we respect decisions once made. We are ambassadors for our organisation; we speak out if something is not right and deal with it within the BBC.*

We are one BBC; great things happen when we work together. *We work across all our teams to create more for audiences, sharing ideas and involving others*

to improve them. We make connections inside and outside the BBC and learn from the wider industry.”

Det er ikke svært at få øje på flere sammenfald til DR i selvforståelsen – både som public service og som medie. Og uanset moderniseringen af sproget og den mere politisk korrekte måde at udtrykke sig på, så er det stadig essensen af et statsejet medie, at *informere, oplyse og underholde*.

Den nye medievirkelighed

I en teknologisk og digital virkelighed behøver public service ikke at være samlet som radio & tv og net. Hvis vi f.eks. ville opfinde ”radio & tv” i dag, hvordan ville vi så gøre det? Og ville vi vælge at have public service-medier som en institution – eller ville vi vælge at organisere demokratiet direkte i netværket?

Hvis vi alle bliver en del af et universelt net med de såkaldte ”sociale medier” – dvs. netværkstjenesternes allestedsnærværende tilbud om kommunikation og realtidsdialog – så er vi også direkte repræsenteret i, hvad der kunne betegnes som et nyt ”digitalt demokrati”, hvor alle de facto kan deltage i diskussioner om politiske spørgsmål.

Indtil videre er det dog de globale konglomerater (bl.a. Google og Facebook) som i praksis ejer denne proces, og de tegner et anderledes billede af, hvad de digitale medier kommer til at handle om. Det bliver spændende at høre om debatten mellem de danske statslige og kommercielle medier også vil handle om denne medievirkelighed.