



RATIONALET FOR PUBLIC SERVICE I DET 21. ÅRHUNDREDE

*Debatoplæg til Public service-udvalgets temamøde
den 10. september 2015*



R A T I O N A L E T F O R P U B L I C S E R V I C E I D E T 2 1 . Å R H U N D R E D E
D E B A T O P L Æ G T I L P U B L I C S E R V I C E - U D V A L G E T S T E M A M Ø D E D E N 1 0 .
S E P T E M B E R 2 0 1 5

Udgivet i september 2015 af
Kulturministeriet på vegne af Public service-udvalget
Nybrogade 2
1203 København K

Debatoplægget kan læses og downloades
på Kulturministeriets hjemmeside
kum.dk/temaer/public-service-udvalget

Forsidefoto: Bjarke Ørsted

1.

DEN NYE MEDIEVIRKELIGHED

Fragmenteringen, internationaliseringen og den hastige teknologiske udvikling indebærer markante ændringer i medieverdenen i disse år.

I det konvergerede digitale medielandskab smelter medierne i stigende grad sammen, og udviklingen i forbrugeradfærden går på faldende sening af traditionelt broadcast-tv programlagt i sendeflader og et stigende on demand-forbrug på nettet. Udenlandske internetaktører som Youtube, Facebook, Google, Netflix mv. har i kombination med udbredelsen af smartphones og tablets positioneret sig som store aftagere af danskernes medietid og danske annoncekroner. Samtidig er de private publicistiske mediers forretningsmodel blevet udfordret af digitalisering og internationalisering.

Udviklingen afføder et stigende fokus på, at danske medier – såvel ikke-kommercielle som kommercielle – på tv, radio og net kan levere dansk kvalitetsindhold, der tager udgangspunkt i danske forhold, og at danske medier i fremtiden indgår i danskernes mediebrug.

Det forhold, at flere og flere borgere som følge af digitaliseringen i stigende grad selv vælger on demand, hvilken type programmer og indhold de vil se og høre hvornår, udfordrer den hidtidige begrundelse for de bredt sammensatte sendeflader, hvor public service-medierne har søgt at lede lyttere og seere fra underholdende/populære programmer til andre programmer, der åbner nye perspektiver.

2.

SPØRGSMÅL TIL DEBAT

Disse forhold stiller bl.a. grundlæggende spørgsmål til de danske public service-mediers formål, rolle og virkemåde i de kommende år.

Overordnet kan der rejses spørgsmål om, hvorvidt digitaliseringen og det mere individualiserede mediebrug bør medvirke til, at rationalet bag public service som beskrevet i radio- og fjernsynslovens brede public service-begreb bør ændres, eller om formålet med public service er uændret uanset digitaliseringen og det individualiserede mediebrug.

Hvis formålet med public service er det samme, vil det være relevant at spørge, om udviklingen stiller nye krav til udmøntningen af public service.

Medieudviklingen sætter også fokus på, hvorledes danske public service-medier og andre danske medier mv. opererer/i øget omfang kan operere side om side og sammen med henblik på samlet at bidrage til samfundets oplysning, udvikling og sammenhængskraft.

Det kan i den forbindelse nævnes, at det i den mediepolitiske aftale for 2015-2018 indgået den 26. juni 2014 mellem den forhenværende regering og samtlige daværende partier i Folketinget er angivet, at aftalepartierne forventer, at DR og Danske Medier etablerer en dialogproces om samspillet mellem DR som public service-virksomhed og dagbladene med henblik på at afsøge muligheder for samarbejdsmodeller såsom deling af DR-indhold, eksponering af dagbladene i en DR-kontekst mv.

Tilsvarende rejser medieudviklingen også spørgsmål om muligheder for flere samarbejder mellem public service-medierne og kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner mv.

På denne baggrund ønsker Public service-udvalget på temamødet den 10. september at debattere, ***hvad det væsentlige er/skal være i public service i den nye medievirkelighed.***

Udvalget vil i den forbindelse gerne høre synspunkter fra medieaktører og andre interessenter mv. om følgende to temaer:

- a) 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?
- b) Samspil og muligheder for samarbejde mellem public service-medier og andre medier samt øvrige samarbejdspartnere i den nye medievirkelighed.

Udvalget vil eksempelvis gerne debattere spørgsmål såsom:

- Stiller det mere individualiserede mediebrug nye krav til udmøntningen af public service for at opnå de hidtidige samfundsmæssige mål for public service – herunder i forhold til at skabe sammenhængskraft?
- Skal public service fortsat være for alle i den digitale medievirkelighed? Hvis ja – hvordan kan public service være for alle? Hvis nej – hvilke konsekvenser har det for mediebilledet og for demokratiet?
- Hvilke krav skal der stilles til de danske public service-medier i den digitale fremtid? Skal der videreføres et princip om platformsneutralitet for danske public service-medier? Eller skal der sættes grænser for distribution af public service-indhold? Hvilke krav skal der fastsættes til indholdet af public service for at legitimere public service?
- Hvilke muligheder er der for samspil/samarbejde/relationer mellem public service-medier og private medier, herunder de publicistiske medier, samt andre typer af samarbejdspartnere (kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner mv.) i den digitale medievirkelighed?
- Skal samarbejde fortsat finde sted på et frivilligt grundlag, eller er der behov for regulering eller andre foranstaltninger (økonomisk støtte)?

3.

DET HDTIDIGE PUBLIC SERVICE-BEGREB

De danske public service-mediers virksomhed er funderet på radio- og fjernsynslovens brede public service-begreb om at oplyse, undervise og underholde hele befolkningen gennem et bredt, alsidigt og samfundsrelevant og kvalitetspræget programudbud.

I § 10 står om public service-opgaverne:

"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.