

NOTAT

15. marts 2013

Kommissorium for årlig rapportering om mediernes udvikling i Danmark

Det fremgår af medieaftalen for 2012-14 (note 4 side 7) indgået mellem regeringspartierne (Socialdemokraterne, Socialistisk Folkeparti og det Radikale Venstre) og Venstre, Dansk Folkeparti, Enhedslisten og Det Konservative Folkeparti, at der er afsat 2 mio. kr. årligt i 2013 og 2014 til en årlig rapportering om mediernes udvikling. Midlerne tilføres Kulturstyrelsen med henblik på, at den årlige rapportering forankres som en del af styrelsens eksisterende funktion som statens videnscenter på medieområdet. Hovedparten af midlerne anvendes til eksterne analyser, ligesom et eksternt redaktionspanel nedsættes.

Formål

Formålet med en rapportering om mediernes udvikling er – i samspil med relevante eksisterende undersøgelser – at tilvejebringe øget faktuel viden om mediernes udvikling og vilkår samt at offentliggøre denne viden med henblik på at sikre et kvalificeret og fagligt grundlag for en samfundsmæssig debat og eventuelle nye mediepolitiske initiativer.

Rapporteringen skal have et bredt fagligt perspektiv med fokus på empiriske undersøgelser af medieudviklingen i forhold til indhold, mediebrug og branchens rammevilkår. Rapporteringen skal være anvendelsesorienteret blandt andet med fokus på statistisk funderede beskrivelser af udviklingstendenser og fokusere på danske forhold med relevant international perspektivering. Rapporteringen skal henvende sig til politikere, mediebranche, journalister og offentligheden generelt.

Indhold

Den årlige rapportering om mediernes udvikling i Danmark dækker følgende hovedtemaer:

1. Medieindhold
2. Mediebrug
3. Mediebranche

Der skal foretages en konkretisering og udvælgelse af konkrete temaer for rapporteringen med afsæt i følgende:

1. Medieindhold

Udviklingen i mediernes indhold, indholdskvalitet, etik, vinkling og vægtning af stof, mm. påvirkes af en række faktorer.

Medieindhold er tilgængeligt på forskellige platforme stort set uafhængigt af tid og sted, og muligheden for på et hvilket som helst tidspunkt at kunne få adgang til medieindhold og til at kommentere dette – eller producere det selv – stiller, sammenholdt

med de mange valgmuligheder, borgene har, anderledes krav til især den professionelle indholdsproduktion med et konstant krav om nyt og interessant indhold.

Dette kan dels påvirke selve indholdsproduktionen, dens kvalitet og etik, dels få holdningen til indholdskvalitet, vinkling, relevans og troværdighed til at ændre sig.

Denne udvikling har blandt andet været drevet af den teknologiske udvikling, der således har betydning for måden, hvorpå indhold produceres, distribueres, forbruges og vurderes, og det er derfor også relevant at få analyseret medieindhold i det lys.

Med rapporteringen af mediernes udvikling i Danmark vil der således eksempelvis kunne foretages analyser af medieindholdet med fokus på blandt andet mediernes etik og kvalitet, tilliden til medierne samt den teknologiske udviklings betydning for måden hvorpå indhold produceres, distribueres og forbruges uafhængigt af tid og sted.

I forhold til medieindhold vil den årlige rapportering arbejde med rapportering af ét eller nogle få hovedtemaer, der skifter fra år til år under hensyntagen til udviklingens hastighed, således at der ikke hvert år rapporteres på alle de omfattede emner. Dette fastlægges i samarbejde med redaktionspanelet, der omtales neden for.

2. Mediebrug

Anvendelsen af medier undergår konstant forandring, blandt andet i lyset af den teknologiske udvikling og udviklingen i journalistikken. Medierne bruges imidlertid forskelligt i forskellige befolkningsgrupper, og det er derfor relevant at følge udviklingen i forbruget på baggrund af en række demografiske variable.

Den årlige rapportering vil eksempelvis kunne følge mediebrugen i Danmark på relevante platforme (radio, tv, online, trykte medier, mobil mv.) med udgangspunkt i de brancheanerkendte målinger, samt evt. relevante supplement hertil.

Da mediebrugen generelt er relativt veldokumenteret, og de brancheanerkendte målinger heraf foretages løbende, kan rapporteringen systematiseres og foretages årligt.

Derudover kan det overvejes at gennemføre en større analyse af "mediekendskab" (media literacy) i Danmark, forstået som en undersøgelse af befolkningens mediekompetencer i bred forstand. Som led i en sådan analyse kan forskelle i befolkningens mediekendskab kortlægges, og det kan afdækkes, om der er behov for at styrke svage grupper og gives et bud på, hvordan dette i givet fald kunne ske.

3. Mediebranche

Der findes på nuværende tidspunkt kun relativt begrænset tilgængelig viden og overblik på tværs af den danske mediebranche om mediestruktur, ejerskabsforhold, pengestrømme (både ud af og ind i landet), det reelle medieudbud (f.eks. antal tv-kanaler i Danmark med henholdsvis dansk og udenlandsk indhold) og lignende.

Den styrkede analyseindsats, som årsrapporterne repræsenterer, kan afdække mediebranchens tilstand og give et tidssvarende og overskueligt billede af situationen for de danske medier. I analyser af dette vil der eksempelvis på brancheniveau kunne anvendes indikatorer som antal virksomheder, nye virksomheder, lukkede virksomheder, per-

sonalesammensætning, økonomisk styrke, omsætning mv., dvs. oplysninger, der i større udstrækning forventes at kunne indhentes hos Danmarks Statistik med henblik på videre bearbejdning. Det er ligeledes relevant at have fokus på forretningsmodeller, ejerskabsforhold mm. Dermed vil det samlet set være muligt at måle på mediernes tilstand over tid og således følge udviklingen heri.

Hyppigheden i rapporteringen fastlægges under hensyntagen til hastigheden i udviklingen.

Redaktionspanel

Kulturstyrelsen nedsætter et redaktionspanel bestående af forskere og brancherepræsentanter. Redaktionspanelet har til opgave at medvirke til at identificere konkrete undersøgelser, medvirke til prioritering af undersøgelser og rådgive i forbindelse med udvikling af metode. I forlængelse heraf skal redaktionspanelet kommentere på analyseresultaterne og forholde sig til de gennemførte analysers faglige kvalitet, objektivitet og relevans samt kommentere på den årlige rapportering udarbejdet af Kulturstyrelsen.

Redaktionspanelet skal medvirke til, at analysearbejdet skaber merværdi, at overlap i forhold til eksisterende undersøgelser undgås, samt til at relevante eksisterende undersøgelser kan inddrages i arbejdet. Det forventes, at redaktionspanelet deltager i to årlige møder. Det er ikke kalkuleret med honorering af panelets medlemmer.

Redaktionspanelet, der forventes at bestå af fem til seks personer, bør sammensættes således, at medlemmerne samlet set har kompetencer inden for et eller flere af følgende fagområder: nyhedsmedier, nye medier, medieindhold, medieudvikling, medialisering, mediekonvergens, mediekompetence ("media literacy"), public service og (ny) teknologi o. lign. Det forventes, at redaktionspanelet vil bestå af repræsentanter fra Danske Medier, Dansk Journalistforbund samt tre til fire forskere fra relevante uddannelsesinstitutioner.

Metode

Kulturstyrelsen er forpligtet til årligt at gennemføre analyser inden for hvert af de tre hovedtemaer. Styrelsen konkretiserer ud fra retningslinjerne beskrevet oven for sammen med redaktionspanelet de relevante analyser, der skal gennemføres i den toårige periode, bevillingen gælder.

Det sigtes mod inden for projektets rammer at udvikle en dansk model for rapportering af "mediernes tilstand". Rapporteringen vil således ikke have samme omfang, som for eksempel de amerikanske "State of the Media"-analyser har, men være inspireret heraf.

Rapporteringen vil både basere sig på nye undersøgelser, brancheanerkendte målinger af mediebrugen samt på eventuelt eksisterende undersøgelser.

De nye undersøgelser forventes hovedsageligt udarbejdet af eksterne parter (forskere, bureauer m.fl.) eller gennemført i partnerskaber mellem styrelsen og repræsentanter fra branchen, forskningsmiljøer eller lign.

Styrelsen udarbejder en formidlingsvenlig årsrapport, der uddrager og sammenstiller de væsentligste konklusioner fra årets undersøgelser.

Af de i alt 2 mio. kr., der er afsat årligt, forventes Kulturstyrelsen at anvende op til 1,5 mio. kr. årligt til køb af analyser eksternt, herunder ved indgåelse af partnerskaber, medens 0,5 mio. kr. udgør ét årsværk i styrelsen, der varetager opgaven med den årlige rapportering og kontakt til redaktionspanel, bestilling og koordinering af eksterne leverancer, udarbejdelse af analyser m.v.

Kulturstyrelsen skal, med afsæt i sin uafhængighed af særinteresser og gennem den faglige bredde, som styrelsen repræsenterer, i samarbejde med redaktionspanelet sikre, at den årlige rapportering vil omfatte et perspektiv på tværs af medier og medietyper. Ved at forankre opgaven i tilknytning til Kulturstyrelsens eksisterende videntcenterfunktion forventes en optimal udnyttelse af de afsatte ressourcer samt kontinuitet, sammenhæng og koordinering af arbejdet og af de emneområder, der dækkes af årsrapporterne.

Formidling

Formidling af resultaterne skal ske i en årlig rapportering indeholdende resultaterne af de gennemførte analyser. Rapporten gøres offentligt tilgængelig.

Resultaterne kan, hvor det skønnes relevant, præsenteres løbende i nyhedsbreve og delanalyser samt på seminarer henvendt til politikere, mediebranchen, journalister og offentligheden generelt, f.eks. i forbindelse med offentliggørelse af den årlige rapportering.

Eventuel videreførelse

På baggrund af rapporteringen for 2013 samt de indhentede erfaringer med arbejdet vil der i 2014 kunne tages stilling til, om den årlige rapportering skal videreføres i en ny medieaftaleperiode, herunder om der skal ske ændringer i kommissoriet.