

Institution
Gade
By
Att. Navn

9. marts 2011

Høring om den fremtidige mediestøtte

Udvalget om den fremtidige offentlige mediestøtte er for øjeblikket i gang med at udarbejde et grundlag for regeringens stillingtagen til den offentlige mediestøtte. Udvalgets rapport til kulturministeren skal omhandle en vurdering af, hvilke centrale parametre, der bør indgå i overvejelserne om en eventuel justering af mediestøtten og samtidig undersøge mulige modeller for en fremtidig mediestøtte. Desuden skal der indgå analyser af modellernes fordele og ulemper for de forskellige parter.

Udvalget lægger i sit arbejde op til en åben dialog med offentligheden, så brugerinteressernes synspunkter kan indgå i udvalgets arbejde. Derfor opfordres alle interesserede til at komme med synspunkter på de nedestående problemstillinger. Fakta, forslag og kommentarer, der relaterer sig til den nuværende eller fremtidige mediestøtte er også velkomne. Svaret må gerne være begrænset til kun at omfatte et specifikt emne eller bud på en konkret model. Svaret kan indgives skriftligt eller ved at møde op til den mundtlige høring. Oplægget til den mundtlige høring vil blive lagt på udvalgets hjemmeside en uges tid før høringen vil blive afholdt.

Fristen for at indgive et skriftligt høringssvar er onsdag den 6. april. Den mundtlige høring vil blive afholdt i Eigtveds Pakhus mandag den 16. maj fra kl. 10.00-13.00, og tilmeldingsfristen er her mandag den 9. maj. Skriftligt høringssvar eller tilmelding til høringen sendes til udvalgssekretær Gitte Østergaard, Styrelsen for Bibliotek og Medier, H. C. Andersens Boulevard 2, 1553 København V, goe@bibliotekogmedier.dk.

De skriftlige høringssvar kommenteres ikke af udvalget, men offentliggøres i deres helhed på Mediestøtteudvalgets hjemmeside.

Forudsætningerne for udvalgsarbejdet

Af kommissoriet fremgår, at forudsætningerne for udvalgsarbejdet bl.a. er:

At mediestøtten skal kunne bidrage til at sikre et mangfoldigt, alsidigt udbud af høj kvalitet til alle borgere i Danmark af formidling af viden og kultur samt væsentlig samfundsinformation og debat af betydning for et demokratisk samfund

At udvalgets forslag skal holdes inden for den eksisterende ramme for mediestøtten

At vurderinger og forslag vedrørende den indirekte støtte i form af 0-moms skal have fuld opmærksomhed på EU-mæssige bindinger

At DR også i fremtiden skal være en stor licensfinansieret public service-virksomhed

At det skal lægges til grund, at undtagelsesbestemmelsen i konkurrenceloven, der giver bladudgivere af aviser, ugeblade og magasiner ret til at bestemme forhandlernes udsalgspris, ophæves

At udvalgets analyser og modeller skal udarbejdes under hensyn til EU's regler om statsstøtte.

Problemstillinger relateret til udarbejdelsen af modeller for mediestøtte

Udvalget har på sine første tre møder bl.a. belyst de nuværende støtteordninger samt formålene med ordningerne, danskernes medieforbrug, den teknologiske udvikling, udvalgte statsstøtteordninger i andre lande, EU's statsstøtteregler samt en række problemstillinger forbundet med mediestøtten. Nogle af de behandlede problemstillinger er følgende:

Public service og publicisme versus kommercielle hensyn

Data om danskernes medieforbrug viser, at de medier, der primært står for nyhedsproduktionen, i mindre og mindre grad er dem, der formidler nyhederne til danskerne. Mens dagbladshusene således står for 71 % af nyhedsproduktionen er andelen af danskere, der har abonnement på et dagblad stærkt faldende, især blandt den yngre generation. Hvordan kan man tage højde for dette dilemma i revurderingen af den nuværende mediestøtte?

Skal mediestøtten betragtes som erhvervsstøtte eller som støtte til aktiviteter, der sikrer demokratisk debat og oplysning af borgerne?

Bør man støtte det indhold, som borgerne selv efterspørger og er villige til at betale for, eller bør man støtte det indhold, man ud fra et samfundsmæssigt perspektiv mener, at borgerne har behov for?

På den ene side skal mediestøtten fremme pluralisme - flerheden, alsidigheden og mangfoldigheden af medier, på den anden side skal den sikre kvalitet i medierne. Er det i relation hertil mest hensigtsmæssigt at støtte mange medieaktører med forholdsvis få midler med henblik på at sikre et

så stort udbud som muligt, eller kan det være formålstjenstligt kun at støtte de medier, der er i stand til at overleve under normale markedsvilkår, således at færre modtager mere støtte til sikring af en høj grad af kvalitetsindhold. Hvilken model vil sikre det bedste resultat på lang sigt?

Hvordan sikrer man en public service-udbyder, der er i stand til at levere en bred vifte af tilbud til danskerne, og som er til stede på alle medieplatforme, samtidig med, at der også tages hensyn til de kommercielle mediers produktion af indhold?

De danske annoncekroner forsvinder i højere og højere grad fra danskproducerede medier til udenlandske onlinemedier, herunder primært søgemaskiner som Google. Derudover blokerer Apple til en vis grad for, at de danske medier udvikler nye relevante forretningsmodeller, da Apple forlanger en tredjedel af indtægterne ved salg gennem deres produkter. Er det muligt at tage kampen op mod denne udvikling, eller må man acceptere den som en del af vilkårene, og i så fald hvordan sikrer man under de givne omstændigheder et tilfredsstillende grundlag for produktion af dansk kvalitetsindhold?

Nye former for mediestøtte

Mediestøtten må ikke begrænse udviklingen inden for medierne, men bidrager medierne selv tilstrækkeligt til udviklingen, og i forlængelse heraf, bør man i højere grad sikre et samspil mellem mediestøttens medvirken til udviklingen og branchens egen? Eksempelvis gennem medfinansiering fra støttemodtagerens side.

På den ene side kan man argumentere for, at mediestøtten bør fordeles ud fra objektive kriterier af den grund, at man herved undgår smagsdommeri, ligesom administrationen af støtteordningerne bliver mere håndterbar. På den anden kan skønsmæssige kriterier være nødvendige, hvis man i højere grad vælger at støtte indhold eller give projektstøtte til strukturel udvikling, frem for at støtte specifikke medieplatforme. Hvordan håndterer man dette dilemma i udarbejdelsen af nye modeller for mediestøtte?

Medierne kan både have en samfundsskabende og segmentskabende funktion. Skal man i udviklingen af modeller forholde sig til de to funktioner, og i så fald bør den ene funktion vægte højere end den anden i tildelingen af støtte?

I Danmark er der tradition for et demokratisk/korporatistisk mediesystem, som er kendetegnet ved en stærk statslig regulering. Kan man i Danmark forestille sig et system, der i højere grad reguleres via markedet eller civilsamfundet? Eksempelvis ved i højere grad at yde partikulær støtte?

Hvordan sikrer man, at støttemodtagerne opfylder de kriterier, der er krævet for at modtage støtte, samtidig med, at der ikke anvendes uforholdsmæssigt mange ressourcer på dokumentation og kontrol? Kunne man eksempelvis forestille sig, at en efterfølgende evaluering er tilstrækkelig?

Undersøgelser viser, at børn og unge i mindre og mindre grad benytter sig af aviserne som informationskilde, mens de ældre i begrænset omfang anvender onlinemedierne. Hvordan sikrer man med det faktum in mente en mediestøtte, der kommer alle danskere til gode og understøtter alle muligheder for demokratisk debat og deltagelse?

Afgrænsningsproblemer i forhold til nye former for mediestøtte

Hvordan sikrer man en mediestøtte, der både er langtidsholdbar og fleksibel. Kan man skabe en mediestøttemodel, der er platformsuafhængig? Lige nu er eksempelvis brugen af tablets og applikationer på smartphones aktuelle? Bør de kunne indgå i udvalgets modeller for mediestøtte?

På den ene side kan man argumentere for, at den nuværende mediestøtte er konkurrenceforvridende, idet onlinemedier ikke har mulighed for at opnå støtte. På den anden side viser undersøgelser, at indholdet på nettet i højere grad er det medieforsker Anker Brink Lund kalder lån, ran og genbrug. Skal det i givet fald støttes? Eller skal der være bedre mulighed for at skabe unikt indhold? Desuden er produktionsomkostningerne ved at udsende nyheder på nettet lavere end for aviserne. Hvordan bør dette indgå i udarbejdelsen af modeller for mediestøtte?

Ønsker man at støtte onlinemedier, skal man på den ene side sikre sig et vist informations- og kvalitetsniveau på hjemmesiden. På den anden side er det vanskeligt at foretage den konkrete vurdering og afgrænsning. Hvordan kan man vurdere, om det konkrete indhold er støtteberettiget, hvordan afgrænses den pågældende hjemmeside fra andre, hvordan skal man for så vidt angår mediestøtten forholde man sig til information, der bliver givet i form af links til andre sider eller anden genbrug? Bør der desuden være krav om, hvor ofte siden opdateres osv.?

Skal der ved en eventuel støtte til onlinemedier være krav om, at hjemmesiden har et vist antal besøgende, og hvilken målemetode bør man i så fald benytte?

Bør man i vurderingen af, hvorvidt en publikation eller kanal er i økonomiske vanskeligheder, og derved har mulighed for støtte, betragte den som en isoleret enhed, eller bør man tage med i overvejelserne, om mediet er en del af en økonomisk rentabel koncern, som vil være i stand til at finansiere underskuddet?

Skal mediestøtten primært være en redning for de nødlidende, jf. Dagbladsnævnets omstillings- og saneringsstøtte, eller skal midlerne i højere grad kunne indgå i et løbende og mere langsigtet udviklingsforløb, og i så fald, hvordan undgår man, at der bliver tale om konkurrenceforvridning?

Udvalget håber, at spørgsmålene har inspireret og givet anledning til forslag og idéer. Høringslisten er vedlagt som bilag.

Med venlig hilsen



Henning Dyremose
Formand for udvalget