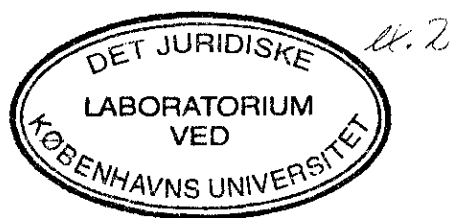


BETÆNKNING

OM DE ELEKTRONISKE MEDIER

BETÆNKNING NR. 1300



Medieudvalgets betænkning nr. 2

1995

BETÆNKNING
Udgivet af Medieudvalget
Statsministeriet
1995

Købes hos boghandleren eller hos
Statens Information, INFOservice
Postbox 1103, 1009 københavn K
Telf.33 37 92 28, Fax 33 37 92 99

Grafisk Design,
Ulla Egebjergs Tegneste

Tryk,
J. H. Schultz Grafisk A/S

ISBN 87-601-5670-8	betænkning
ISBN 87-601-5671-6	bilag
ISBN 87-601-5675-9	bilag + betænkning

Betænkning om de elektroniske medier

Indhold

1.	De centrale mediepolitiske problemstillinger	1
1.1	Ytrings- og informationsfriheden	1
1.2	Mediepolitiske pejlemærker	6
2.	Public service	12
2.1	Indledning	12
2.2	Public service under udvikling - elementer i den danske tradition	13
2.3	Public service i konkurrence	17
2.4	Et nutidigt public service begreb	23
2.5	Forudsætningerne for public service i et fremtidigt medielandskab	30
3.	Udbud og forbrug af tv og radio	34
3.1	Indledning	34
3.2	Udbudet af tv	34
3.3	Udbudet af radio	36
3.4	Forbruget af tv	37
3.5	Forbruget af radio	38
4.	Teknisk og juridisk baggrund	40
4.1	Indledning	40
4.2	Tv-teknisk oversigt	40
4.3	Radioteknisk oversigt	43
4.4	TV-direktivet	44
4.5	Landsdækkende radio- og tv-virksomheder	45
4.6	Lokale elektroniske medier	47
4.7	Satellit- og kabelområdet	51
4.8	Tekst-tv	54
4.9	Den digitale tv-udvikling	56
4.10	Den digitale radioudvikling	62
4.11	Udviklingen i modtagelsen af radio og tv	63

5.	Økonomisk baggrund	67
5.1	Indledning	67
5.2	DRs og TV 2s økonomi	67
5.3	De lokale mediers økonomi	70
5.4	Den kommercielle omsætning	71
5.5	Udgifter til tv-programmer	72
5.6	Udviklingen i de kommende år	77
6.	Mediepolitiske helhedsmodeller	82
6.1	Indledning	82
6.2	Model I	83
6.3	Model II	86
6.4	Model III	90
6.5	Model IV	95
6.6	Model V	99
6.7	Model VI	103
6.8	Model VII	106
6.9	Model VIII	110
6.10	Model IX	113
6.11	Model X	118
6.12	Modellernes konsekvenser for reklameomsætningen	120
6.13	Den tre-delte model - en dansk helhedsløsning	121
7.	Mediepolitiske vurderinger og anbefalinger	125
7.1	Kombinationsmodellen	127
7.2	Konkurrencemodellen	157
7.3	Den liberale model	167
	Ordliste	170
	Oversigt over Medieudvalget og arbejdsgrupper	177

1. De centrale mediepolitiske problemstillinger

1.1 Ytrings- og informationsfriheden

Ytringsfriheden og informationsfriheden er fundamentet for folkestyret. Denne konstatering, der står at læse i Medieudvalgets kommissorium, må være udgangspunktet for al offentlig mediepolitik. Føres der en politik, der begrænser ytringsfriheden og hæmmer borgernes mulighed for at søge og finde alsidig og mangfoldig information efter eget valg, bliver der samtidig slået skår af folkestyrets fundament.

Ud fra denne erkendelse har Medieudvalget fået til opgave *"at overveje tilrettelæggelsen af en fremtidig mediepolitik, der bygger på informations- og ytringsfrihed, sikrer spredning, mangfoldighed og alsidighed i nyhedsformidlingen og giver de bedst mulige rammer for et kvalitetspræget medieudbud"*.

At opfylde disse krav, i den del af den offentlige mediepolitik der angår tv og radio, er en kompliceret opgave. Det fremgår allerede af, at det indtil nu ikke kan siges at være lykkedes i fuldt omfang. Igennem skiftende lovgivning og administrativ praksis har tv- og radiovirksomhed været underkastet restriktioner, der næppe har været i fuldstændig overensstemmelse med ytringsfrihedens og informationsfrihedens grundprincipper.

Forklaringen på dette forhold skal historisk søges i knapheden på sendefrekvenser. Radiovirksomhed startede i Danmark i 1925, og først efter cirka 25 år fik Danmark rådighed over radiofrekvenser til mere end én landsdækkende programkanal. TV-virksomhed startede i begyndelsen af 1950'erne, og den tekniske mulighed for at etablere en anden, landsdækkende tv-programkanal blev først tilvejebragt i midten af 1960'erne.

Da langt fra alle, der havde lyst, derfor kunne komme til, blev en offentlig regulering nødvendig. At denne regulering fik form af en offentlig monopoldannelse var imidlertid udtryk for et politisk betinget valg. Det var samtidig en beslutning, der fik vidtrækkende betydning for den tænkemåde, der de følgende årtier udviklede sig i det danske samfund, når det gjaldt tv- og radiopolitik. Offentlig styring og kontrol er blevet opfattet som legitim, og i vidt omfang har den mediepolitiske debat drejet sig om, *hvordan* denne styring og kontrol burde udøves. Hvilke formål og aktører ønskede man at fremme? Og hvem ønskede man at hæmme eller helt udelukke?

I de sidste par årtier er svarene på disse spørgsmål blevet præget af en øget erkendelse af, at et egentligt monopol måtte opgives, og at de ved lov op-

rettede public service institutioner må have en udstrakt grad af programpolitisk uafhængighed. Men det har ikke ændret ved det forhold, at det offentlige fortsat har spillet en rolle, der klart rækker videre, end de rene frekvensmæssige begrænsninger giver belæg for. At det forholder sig sådan, fremtræder med stor klarhed, hvis den hidtidige tv- og radiopolitik alene bliver holdt op imod ytringsfrihedens grundprincipper, medens sagen bliver mere kompliceret, når man også inddrager informationsfrihedens grundprincipper. Denne tilsyneladende (og reelle) modsætning fortjener derfor en nærmere belysning.

Den formelle, materielle og reelle ytringsfrihed

Ytringsfriheden tilhører de klassiske borgerlige frihedsrettigheder, således som de blev formuleret i slutningen af 1700-tallet i USA og Frankrig. Den har således en lang historie, og litteraturen om den er omfattende. Det samme gælder ikke for informationsfriheden, der tilhører det, man plejer at kalde de kulturelle frihedsrettigheder, der først er dukket op reelt og i litteraturen efter anden verdenskrig. I de seneste års udtalelser fra en række internationale organisationer (FN, Europarådet, EU-parlamentet) optræder ytringsfrihed og informationsfrihed dog som ligeværdige og parallelle størrelser, jf. bilag 1 om public service.

Et afgørende element i ytringsfriheden, som den er formuleret i den danske grundlov, er forbudet mod censur. Ytringsfrihedens grænser kan - og må - defineres i den almindelige lovgivning. Men overtrædelse af disse grænser er et anliggende for domstolene, der efterfølgende - efter at ytringen er fremkommet - kan vurdere den som strafbar. Men ingen kan på forhånd af domstolene nægtes adgang til at ytre sig med henvisning til, at ytringen måske vil vise sig at være lovstridig. Denne form for ytringsfrihed kaldes for den *formelle ytringsfrihed*.

Dette princip om forbud imod censur har været retningsgivende for forholdet mellem statsmagten og de trykte medier. Konkret har det eksempelvis betydet, at der er absolut frihed til at etablere nye, trykte medier. Ingen offentlig myndighed skal i den anledning anmodes om tilladelse. Inden for dagbladernes område har det af økonomiske årsager været vanskeligt at gøre brug af den frihed. Af de dagblade, der siden anden verdenskrig er oprettet i Danmark, er det kun lykkedes et enkelt at overleve. Til gengæld er der etableret et meget stort antal specialmagasiner, distriktsaviser og fagblade. Respekten for den formelle ytringsfrihed har således haft stor betydning for udviklingen på de trykte mediers område.

Enkelte jurister har talt for, at den formelle ytringsfrihed i Danmark burde udvides med krav om en *materiel ytringsfrihed*, hvorved man sigter til, at alle ytringer af samfundsmæssig betydning bør være straffri. Det er som bekendt ikke et ønske, der deles af flertallet i det danske Folketing, der bl.a. har indsat en racismeparagraf i straffeloven, der er med til at sætte grænser for ytringsfriheden.

Endelig er der *den reelle ytringsfrihed*, der skulle muliggøre, at de, der ønskede at ytre sig, også fik de praktiske muligheder for at gøre det. Dette ville forudsætte et omfattende offentligt støttesystem for alle, der ønskede at udnytte den formelle ytringsfrihed til at etablere nye aviser, nye magasiner, radio- og tv-stationer evt. med krav om sikker adgang for andre til at få optaget indlæg i aviser og magasiner, radio og tv. En sådan reel ytringsfrihed findes ikke i noget land, og den ville selv på det teoretiske plan være vanskelig at realisere. Men den danske støtte til drift af f.eks. aviser (via moms-fritagelse på bladindtægten) og lokale elektroniske medier er et eksempel på en politik, der søger i denne retning, og som ikke kan begrundes med hensynet til den formelle ytringsfrihed.

Den formelle, materielle og reelle informationsfrihed

Også informationsfriheden kan opdeles i tre varianter. Den *formelle informationsfrihed* sikrer borgerne, at de frit kan indsamle informationer og oplevelser fra de medier, der rent teknisk er tilgængelige i det pågældende land. Heller ikke denne frihed er nogen selvfølge, hvad f.eks. besættelsesmagtens adfærd overfor BBC's udsendelser til Danmark under anden verdenskrig samt efterkrigstidens kraftige østeuropæiske støjsendere var et klart vidnesbyrd om. Men også danske lovgivere har stillet sig hindrende i vejen for fri modtagelse af informationer og oplevelser. Mest kendt er nok sagen om forbud imod privat eje af tv-parabolantennener i midten af 1980'erne.

Den *materielle informationsfrihed* har udgjort kernen i forholdet mellem de traditionelle radio- og tv-institutioner og det danske samfund. Ved oprettelsen af først Statsradiofonien i 1926 og senere TV 2 i 1988 blev disse institutioner ikke alene udstyret først med et monopol, siden med et duopol, de blev også pålagt at forsyne almenheden med et alsidigt programudbud, således at der kunne komme reelt indhold i den formelle informationsfrihed. Denne er jo ikke meget værd i praksis, hvis der ikke er et mangfoldigt og alsidigt udbud at vælge imellem.

Den *reelle informationsfrihed* forudsætter yderligere, at hele den voksne befolkning er på et økonomisk og uddannelsesmæssigt stade, der gør det muligt for den at tilegne sig de informationer og oplevelser, der udbydes af massemediernes. Også denne grad af frihed er i den faktiske historie endnu en drøm for mange. Især gælder dette på verdensplan, hvor meget store dele af u-landene ikke kan honorere dette krav; men også i Danmark kan man konstatere problemer, bl.a. på baggrund det foruroligende høje antal funktionelle analfabeter.

De elektroniske mediers særlige økonomi

Det nævnes udtrykkeligt i Medieudvalgets kommissorium, at opgaven er "at give de bedst mulige rammer for et kvalitetsbetonet udbud". Den del af disse rammer, der fortjener en nærmere omtale her, er de særlige økonomiske forhold omkring radio- og især tv-virksomhed.

Hovedproblemet er, at der ikke er nogen sammenhæng mellem, hvad det koster at tilvejebringe og distribuere et radio- og TV-program og mængden af lyttere eller seere til det. Sådan er det ikke for de trykte mediers vedkommende, hvor der dels medgår udgifter til fremstilling af et større oplag, dels især tilkommer store ekstra distributionsomkostninger ved salg af et større oplag.

Et tv-program koster det samme at fremstille og udsende, uanset om det ses af 100.000 mennesker eller af 2 millioner. Dette kan give en enorm økonomisk fordel for den, der udsender populære programmer - forholdsvis langt større end stordrift kan føre til i f.eks. avisbranchen.

Til dette kommer for især tv-virksomhed, at udenlandske tv-programmer ikke handles til deres produktionspriser, men til markedspriser, der kan ligge op til 50 gange under fremstillingsprisen. Via udenlandsk produktion kan man således forsyne seerne med programmer, der besidder en enorm "*production value*", uden at tv-stationen behøver at betale særligt mange penge for det. Dette er et specielt problem, hvis man ønsker, at danske radio- og tv-stationer skal udsende mange danske programmer. Det forudsætter i givet fald en økonomi, der ikke er bundet til markedsforholdene, således som det (delvist) kan lade sig gøre inden for f.eks. dagspressen.

Den faktiske modsætning mellem informationsfrihed og ytringsfrihed

Traditionelt set har den offentlige politik i forhold til de trykte medier legitimeret sig på grundlag af den formelle ytringsfrihed, medens politikken i forhold til de gamle elektroniske medier har hentet sit legitimeringsgrundlag hos den materielle informationsfrihed.

De to legitimeringsgrundlag kommer let i modstrid med hinanden, og man kan heller ikke uden problemer gøre den formelle ytringsfrihed til grundlaget for politikken inden for de elektroniske mediers område, eller lade den materielle informationsfrihed være udgangspunktet for politikken for de trykte medier.

Hvis man f.eks. tillod alle dem, der kunne ønske det, og som det var teknisk muligt at forsyne med en radiofrekvens, at starte deres egen reklamefinansierede radiostation i Danmark, ville ingen af de mange radiostationer komme i besiddelse af tilstrækkelige økonomiske midler til, at den kunne forsyne lytterne med et alsidigt og mangfoldigt programudbud. Heller ikke totaliteten af radioer ville kunne leve op til alsidighedskravet, idet de fleste af økonomiske årsager ville være tvunget til vælge en *main stream*-programpolitik. Her ville hensynet til den formelle ytringsfrihed (enhver skal have lov til at starte sin egen radio) og hensynet til den materielle informationsfrihed (borgerne skal sikres et alsidigt, mangfoldigt programudbud) komme i konflikt med hinanden.

På den anden side kan man konstatere, at de danske dagblades samlede formelle og reelle partipolitiske præferencer ikke på denne side af anden ver-

denskrig har svaret til fordelingen i befolkningens politiske holdninger, uden at dette har ført til krav om at indføre den materielle informationsfriheds princip som styringsinstrument for dagspressen til erstatning af den formelle ytringsfrihed, der tillader redaktionen og ejerne at bestemme over graden og arten af partipolitisk tilknytning.

Enhver konkret mediepolitik må finde sin placering i dilemmaet mellem ytringsfrihed og informationsfrihed, der *ikke* kan løses på nogen fuldkommen måde, hverken inden for de trykte eller de elektroniske mediers områder.

Medieudvalget er opmærksom på denne konflikt og vil i det følgende fremsætte forslag, der på videst mulig måde tager hensyn til begge disse berettigede krav om frihedsrettigheder inden for de elektroniske mediers område.

I den forbindelse er der grund til at fremhæve det ofte fremførte ønske om, at fremtidens offentlige mediepolitik bliver præget af et helhedssyn. Der findes en udbredt erkendelse af, at den hidtidige mediepolitik er blevet stykket sammen af dårligt koordinerede beslutninger om forskellige delområder. Ofte har både de politiske beslutningstagere og de direkte involverede måttet konstatere, at "loven ikke har virket efter hensigten". Behovet for en sammenhængende mediepolitik, der er baseret på klare principper og prioriteringer, er derfor indlysende.

Når udformningen af en sådan politik diskuteres, er det midlertid nødvendigt at være opmærksom på, at begrebet "sammenhæng", sådan som det anvendes i den mediepolitiske debat, kan have i hvert fald to forskellige betydninger. Til tider bruges det for at angive, at der bør være en forståelse for, hvad en bestemt disposition på ét område betyder for andre områder inden for den samlede medieverden. Der tænkes med andre ord på det, der kunne kaldes en operationel sammenhæng. Et klart eksempel fra den løbende debat er en god del af de argumenter, der bruges for reguleringen af reklamer i tv og radio og for forbuddet mod netværks-samarbejde mellem lokale radio- og tv-stationer.

Den anden form for sammenhæng er den, der udspringer af et helhedssyn, som er baseret på et sæt af fundamentale principper og prioriteringer. Ud fra sit kommissorium har Medieudvalget set det som sin opgave at sikre *begge* sammenhænge i sine anbefalinger.

Ud fra kommissoriet kan der udledes tre overordnede og afgørende principper for den politik, der skal afstikke rammerne for de elektroniske mediers vilkår i fremtiden. Denne politik skal:

- For det *første* som sit fundament have ubetinget respekt for ytringsfriheden.
- For det *andet* sikre mangfoldighed og alsidighed i det samlede udbud, hvorved hensynet til informationsfriheden respekteres.

- For det *tredje* sikre, at der skabes de nødvendige økonomiske forudsætninger for et medieudbud af høj kvalitet.

Det er Medieudvalgets opfattelse, at det er muligt i en sammenhængende mediepolitik at forene respekten for ytrings- og informationsfriheden med ønsket om at fremme mangfoldighed, alsidighed og kvalitet samt at pege på en fordeling af de økonomiske midler, der sikrer en sådan politik. Det forudsætter imidlertid, at der ikke føres mediepolitik ud fra en forestilling om, at bestemte former for programproduktion og udsendelsesvirksomhed bedst kan styrkes ved, at man direkte forbyder eller hæmmer andre former for en sådan virksomhed (skal den evt. forbydes, må det ske af andre grunde, jf. straffelovens racismebestemmelse).

Det indebærer, at de restriktioner, der hidtil har været fastholdt for at beskytte især de offentligt ejede medievirksomheder mod bestemte former for konkurrence, bliver afskaffet til fordel for en mere aktiv og ekspansiv politik. Den demokratiske samfundsform har nemlig både brug for ressourcestærke og kreative public service virksomheder og for en mangfoldighed af andre tv- og radiostationer, der betjener enten deres geografiske område eller - typisk i de større bysamfund - bestemte befolkningsgrupper.

Dette behov er ikke mindst iøjnefaldende, når det drejer sig om borgernes muligheder for at udnytte retten til frit at ytre sig. Et stort antal medievirksomheder er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at mulighederne for at komme til orde bliver større. Tværtimod kan konkurrence på rent kommercielle vilkår føre til ensartethed i programudbudet og til udelukkelse af det, der kan opfattes som ukonventionelle eller kontroversielle synspunkter. Den etableringsfrihed, der på dette område er en logiske følge af den formelle ytringsfriheds principper, er ikke ensbetydende med, at ytringsmulighederne og dermed den reelle ytringsfrihed samtidig bliver udvidet. Også derfor er en offentlig indsats nødvendig, hvis borgernes muligheder for at komme til orde i en bred vifte af elektroniske medier skal bevares og udvides.

1.2. Mediepolitiske pejlemærker

Det er disse hensyn til de faktiske muligheder for at komme til orde og for at kunne søge informationer fra et bredt spektrum af medier, der sammen med respekten for ytringsfriheden må være det overordnede udgangspunkt for tilrettelæggelsen af en sammenhængende, offentlig politik for de elektroniske medier. Det indebærer samtidig, at der ved udformningen af denne politik lægges afgørende vægt på, at der fortsat er ressourcer og plads til en dansk tv- og radioproduktion på et højt kvalitativt niveau.

Produktion og udsendelse af danske programmer inden for centrale områder som nyheder, oplysning, underholdning, kultur og kunst er af vital betydning for at imødekomme behovet for demokratisk dialog om både nationale og internationale anliggender af betydning for den danske befolkning.

Behovet for public service medier

Det er den udbredte erkendelse af et sådant behov, der har placeret begrebet public service centralt i debatten om den fremtidige radio- og tv-politik. Medieudvalget har derfor set det som en vigtig opgave at foretage en nøjere begrebsmæssig og historisk analyse, der præsenteres i denne betænkningsskapitel 2. Som det fremgår, kan public service ikke sættes på nogen entydig og indiskutabel formel. Men samtidig står det klart, at der knytter sig nogle karakteristiske træk til begrebet. Det gælder først og fremmest forpligtelsen til at levere et mangfoldigt programudbud. Men ofte bliver også styreformen, det lovmæssige grundlag og finansieringen inddraget i debatten om, hvad der retteligt kan betegnes som public service virksomheder inden for radio og tv.

Det vil være af central betydning for en kommende lovgivning, at den arbejder med en klar afgrænsning af begrebet med udgangspunkt i de overordnede programmæssige forpligtelser. Det er så meget mere vigtigt, eftersom antallet og gennemslagskraften af private, kommercielt drevne virksomheder efter alt at dømme vil vokse. En klar forståelse af, hvad der falder ind under public service begrebet, er derfor nødvendig.

Det er i den forbindelse blevet diskuteret, om de overordnede formål med at drive public service virksomhed bedst kan sikres igennem konkurrence, koordination eller en enhedsorganisation. Svaret på det spørgsmål er i næste omgang afgørende for, om public service bedst kan sikres igennem én, to eller flere medievirksomheder, der er forpligtet på dette begreb. Og den struktur, der vælges, er igen af central betydning for de finansieringsformer, der anvendes. Endelig kan vi fra vore nabolande se, at public service virksomheden kan organiseres både i offentligt og privat regi. Spørgsmålet er derfor, om vi her i landet skal fortsætte vor tradition for offentlig eje af public service medierne.

Finansiering

Historisk har public service været forbundet med licensfinansieringen. Men som eksemplet TV 2 i Danmark viser, er også reklamefinansiering en mulighed. Det samme viser erfaringer fra en række andre lande. Men i begrebets moderland, Storbritannien, er der en skarp opdeling mellem de licensfinansierede og de reklamefinansierede public service virksomheder. Uanset forskelle i finansieringsstrukturer er licens og/eller reklameindtægter imidlertid fortsat langt de vigtigste indkomstkilder, medens sponsoring spiller en beskeden, men dog stigende rolle.

De finansieringskilder, der stilles til rådighed for public service virksomhed, og den fordeling og adskillelse, der måtte blive foretaget, må ydermere vurderes, dels i lyset af internationale reguleringer, først og fremmest i EU-regi, dels på baggrund af de samlede markedsvilkår i Danmark. I fuld erkendelse af, at der ikke kan være tale om mere end et kvalificeret skøn, har Medieudvalget forsøgt at vurdere, hvordan de potentielle reklameindtægter vil udvikle sig i de kommende år, jf. bilag 3 og 4. Og den vurdering viser, at der vil

være grænser for vækst på dette område. Hvor stor væksten bliver, afhænger først og fremmest af den generelle udvikling i samfundsøkonomien, dernæst af omfanget og graden af de restriktioner, der lægges på annoncering i radio og tv. Fordelingen af det samlede reklameprovenu er endelig stærkt afhængig af antallet af aktører på de forskellige markeder.

De fremtidige finansieringsformer må dog under alle omstændigheder ansues i snæver sammenhæng med de meget betydelige investeringsbehov, de elektroniske medier vil stå overfor i de kommende år. Disse behov udspringer først og fremmest af digitaliseringen af både produktionen og distributionen. I kraft af de nuværende ordninger har hverken Danmarks Radio eller TV 2 haft mulighed for at foretage hensættelser til sådanne investeringer. Der er derfor i den løbende debat blevet fremsat forslag om, at disse investeringsbehov må dækkes ind gennem ekstraordinære foranstaltninger. I den forbindelse er det blevet fremhævet, at netop radio og tv - men her især tv - kan virke som teknologiske lokomotiver. En hurtig gennemførelse af digitaliseringen på dette felt kunne være et element i en samlet politik, der tager sigte på at placere Danmark på et informationsteknologisk højt niveau.

Frihed for medie-institutionerne

De fundamentale arbejdsvilkår for public service medierne såvel som de private, uforpligtede kommercielle virksomheder vil fortsat blive fastsat igennem lovgivningen og dens administration. Det er derfor et centralt spørgsmål, hvordan disse arbejdsvilkår skal udformes. Som de er nu, bliver de mødt med kritik fra stort set alle virksomhedstyper inden for medieområdet. Danmarks Radio og TV 2 mener, at de selv bør have mulighed for at disponere over de penge de tjener, i stedet for at være underlagt politisk bestemte budgetrammer. Endvidere finder de lovgivningen for restriktiv, når det gælder muligheden for at tage nye initiativer i konkurrencen med kommercielle kanaler. Fra disse kanaler lyder der til gengæld kritik af den gældende lovgivnings restriktioner på reklameindslag og forbud mod netværk. Endvidere kritiseres den nuværende lokalradio- og -tv-ordning for at være præget af politiske hensyn, vilkårlighed og inkompetence ved uddelingen og administrationen af sendetilladelser.

Dertil kommer, at de offentlige støttemuligheder til lokalmedierne har været præget af store udsving og svært gennemskuelige kriterier. Og afgiftsbetalingen for brug af rettighedsbelagt musik er for mange radiostationer en tung økonomisk byrde.

Taget under ét er spørgsmålet om graden af politisk styring derfor centralt for den fremtidige mediepolitik. Denne styring har som sit udgangspunkt, at der selv med de nye teknologiske muligheder fortsat er et begrænset antal distributionskanaler til rådighed. Det gælder især de jordbaserede frekvenser, men af økonomiske årsager gælder dette også i nogen udstrækning for danske kabelanlæg. Men udover fordelingen af de til rådighed stående sendemuligheder kan den politiske styring have to andre formål. Et formål kan være at fremme bestemte mediepolitiske målsætninger såsom mangfol-

dighed i udbudet og valgfrihed for den enkelte. Et andet formål kan være at fastholde en eller anden grad af økonomisk og styringsmæssig kontrol med de elektroniske medier.

Den danske mediepolitik, som den hidtil er blevet udformet, har været ført med disse formål for øje. Igennem lovgivning og administrativ praksis har den politiske styring i den ene eller anden form omfattet følgende områder:

- De overordnede programpolitiske krav til public service virksomhederne og til indehaverne af lokale sendetilladelser.
- Styreformerne for både public service og de lokale radio- og tv-stationer.
- Struktureringen af det samlede elektroniske medielandskab i Danmark i det omfang, dette landskab kan formes efter rent danske beslutninger.
- Finansieringsformerne og -vilkårene for de enkelte medietyper.
- Distributionsformerne og -vilkårene for de enkelte medietyper og distributionsvirksomheder, herunder private kabelanlæg.
- Specielle krav til bestemte former for produktionsvirksomhed og programsammensætning (entreprise-andel og kvoter for programmer af bestemt national oprindelse).

Det fremtidige mediebillede

Alle disse områder er i denne betænkning blevet underkastet en principiel og overordnet analyse. Som det vil fremgå, er vilkårene for den politiske styring under hastig forandring. Det indebærer, at en ny, sammenhængende lovgivning for de elektroniske medier også af denne grund er bydende nødvendig. Nogle få eksempler kan i den forbindelse fremhæves:

- Den internationale konkurrence er ved at antage nye former. Det gælder ikke blot antallet af udenlandske kanaler, der kan modtages i Danmark, men også ændringerne på det globale marked, når det drejer sig om produktion og indkøb af programmer. Der sker her en markant koncentration. Manglen på programstof i forhold til det stadigt stigende antal kanaler presser således priserne i vejret på kvalitetsprogrammer inden for alle genrer.
- På det internationale niveau, især i EU-regi, arbejdes der med planer om fælles normer for mediepolitikken. Disse planer omfatter ikke blot reklameregler, begrænsninger i ejerskab og retningslinjer for etablering af medievirksomheder. De omfatter også forslag til normer for det redaktionelle og programmæssige indhold. Da disse planer kan få betydning for den danske lovgivning, er det vigtigt, at Danmark over

en aktiv indsats i disse forhandlinger for at få respekteret ytringsfrihedens og informationsfrihedens fundamentale principper.

- I den danske sammenhæng vil udvidelsen af forskellige former for transmissionsmuligheder stille nye krav til formuleringen af de regler, der styrer fordelingen af sendetilladelser. Det gælder både de kriterier, der opstilles for tildelingen af disse tilladelser, og etableringen af det eller de organer, som skal træffe beslutninger på dette felt.
- Den informationsteknologiske udvikling vil skabe nye og udvidede muligheder for transmission via kabelanlæg. Det rejser spørgsmålet om, hvorvidt de forpligtelser, der ved lov stilles til operatørerne af kabelanlæg, skal revideres.
- Samarbejde med uafhængige producenter om programproduktion er et element af stigende betydning for debatten og beslutningerne om de elektroniske medier. TV 2 fik ved sin oprettelse en struktur, der skulle fremme et bredt og alsidigt produktionsmiljø igennem en udstrakt brug af private entreprisproducenter. Samtidig er Danmarks Radio blevet kritiseret for ikke at lægge produktioner ud i entrepris i tilstrækkeligt omfang. Spørgsmålet er, om de offentlige public service mediers brug af entrepris fortsat skal være et lovgivningsanliggende, og om det i givet fald skal gælde for begge institutioner.
- Den tredje landsdækkende tv-kanal bliver fortsat ikke anvendt. Den teknologiske udvikling har betydet, at der ved hjælp af digital teknik kan etableres fire tv-programkanaler på denne kanal. Skal der nu træffes beslutning herom, og hvem skal i givet fald have lov til sende på disse kanaler?
- Heller ikke den fjerde landsdækkende FM-radiokanal bliver anvendt. Skal den tages i brug, og i bekræftende fald af hvem? Den beslutning skal ses i snæver sammenhæng med de kommende digitale transmissionsmuligheder for både landsdækkende og regional radio.
- Institutionen Danmarks Radio driver både radio- og tv-virksomhed. Ville en deling af institutionen i to helt selvstændige public service institutioner føre til en større fleksibilitet for begge samt muliggøre et omfattende tværgående samarbejde mellem TV 2, DRs radiodel og DRs tv-del, eller ville en deling tværtimod svække Danmarks Radio som public service institution?
- Repræsentanter for lytter- og seerorganisationerne har vedholdende kritiseret, at de ordninger, der blev indført med loven om TV 2 og med ændringerne i Danmarks Radios styrelse, har svækket lytter- og seerindflydelsen på public service virksomhederne. Spørgsmålet er, om denne kritik skal imødekommes, eller om en imødekommelse vil indebære en uønsket begrænsning i disse virksomheders programmæssige uafhængighed af bestemte interesser.

- Lovgivningen om de lokale radio- og tv-stationer har været under debat lige så længe, som ordningen har eksisteret. Foruden spørgsmålet om adgangen til at etablere netværk er det spørgsmålene om de lokale nævns administration af området, den lokale ytringsfrihed, sendeområdernes størrelse, finansieringsmulighederne og bedre adgang til offentlige støttemuligheder, der er i fokus. Desuden er de lokale elektroniske medier som alle andre elektroniske medier trængt af den skærpede konkurrence. Det er vigtigt at afhjælpe disse problemer for at bevare de lokale elektroniske medier som betydningsfulde bidragsydere til såvel fornyelsen af de landsdækkende elektroniske medier som den lokale debat.

Til disse problemstillinger kan så føjes de mere vidtgående ideer, der er blevet fremsat i den løbende mediepolitiske debat. Ét yderpunkt er, at enhver form for public service virksomhed skal afskaffes, således at al radio- og tv-virksomhed udøves på ren kommerciel basis. Fordelingen af sendefrekvenser skal både nationalt og lokalt ske ud fra auktionsprincippet, således at tilladelserne gives til de højest bydende. Et andet yderpunkt er, at de to public service virksomheder lægges sammen i én stor offentlig virksomhed med én politisk udpeget bestyrelse.

Mellem disse yderpunkter er der mange varianter, der har spillet en rolle i den offentlige debat. Hensigten med denne betænkning er at beskrive og analysere disse varianter i deres sammenhæng, så de bedre kan vurderes i relation til en overordnet og samlet mediepolitik. En sådan mediepolitik kan formuleres ud fra forskellige grundsynspunkter og kriterier. Og derfor er der heller ikke noget entydigt svar på de problemer, der fremstår som de centrale i den aktuelle mediepolitik.

Men til bestemte mål hører der konkrete midler. Et væsentligt formål med denne betænkning er at belyse netop denne form for sammenhæng, da den ikke altid har været lige klar i den hidtil førte mediepolitik. Derfor er Medieudvalgets anbefalinger fornet som helhedsmodeller, der hver for sig søger at løse de centrale problemstillinger på en koordineret måde.

2. Public service

2.1 Indledning

Begrebet "public service" er efterhånden gledet ind i det danske sprogbrug som betegnelse for de offentligt eller delvist offentligt finansierede elektroniske medier (DR og TV 2) i mangel af et bedre dansk udtryk. Det engelske begreb er flertydigt: public service kan på den ene side betyde "offentlig tjenesteydelse" eller "offentlige medier". På den anden side dækker begrebet noget som har med almenheden, publikum eller forbrugerne at gøre, dvs. "betjening af almenheden" eller "radio og tv i almenhedens tjeneste".

Når begrebet public service anvendes i den mediepolitiske debat, er det ofte for at referere til, eller tage udgangspunkt i, det engelske BBC og de idealer og den tradition, der er udviklet omkring denne medieinstitution. Med udgangspunkt i at radio- og senere tv-frekvenser oprindeligt var en begrænset ressource bestemte de fleste europæiske lande sig for at indrette og regulere udnyttelsen af denne ressource som et offentligt gode under statens kontrol og med en form for offentlig finansiering eller forbrugerafgift (licens). Udgangspunktet er altså grundlæggende anderledes for de elektroniske end for de trykte medier, hvis historie er tæt sammenvævet med etableringen af et pluralistisk demokrati, hvor nogle af de vigtige forudsætninger er ytringsfrihed og trykkefrihed.

Radio- og fjernsynsmedierne er i de fleste europæiske lande født som monopolinstitutioner og dermed underlagt en statslig kontrol under en eller anden form, men i lande med tradition for et pluralistisk demokrati har kravet netop været, at medierne skulle betjene almenheden gennem et pluralistisk eller alsidigt indhold, og man har på forskellig vis opbygget et system, der skal sikre virksomhederne redaktionel frihed i forhold til statsmagten. Gennem de senere år har man i langt de fleste lande liberaliseret det elektroniske mediemarked og tilladt etablering af nationale kommercielle kanaler ved siden af de offentlige. Liberaliseringsdiskussionen er også aktuell i Danmark, og dette spørgsmål er et af de væsentlige emner, som en kommende medielovgivning må tage stilling til og dermed også et emne, som er centralt for denne betænkning.

De forandringer, der i de senere år er sket med hensyn til mængden og arten af de elektroniske medier, har udvidet mediepolitikens genstand til et ganske komplekst system. Det er dermed blevet stadigt klarere, at det er nødvendigt at skelne mellem forudsætninger, man ønsker skal gælde for det samlede mediesystem eller dele af det og så de krav og forpligtelser, som stilles til public service medier. Tidligere - i den lange periode, hvor de elektroniske medier var identiske med public service medier - har en sådan

skelnen ikke været relevant, og dermed har public service begrebet været altomfattende i den forstand, at alle gode og demokratiske intentioner med mediesystemet skulle indfries af disse medieinstitutioner. Den senere tids udvikling har imidlertid klargjort, at en sådan skelnen er nødvendig, og at der kan stilles krav til det samlede mediesystem, der ikke nødvendigvis skal honoreres af public service institutionerne.

I den sammenhæng, hvor der diskuteres liberalisering og øget konkurrence på det elektroniske mediemarked, må public service begrebet derfor præciseres til at gælde bestemte institutioner, som i forhold til staten er aftalemæssigt forpligtet til et bestemt programindhold. Man må som nævnt skelne mellem krav eller idealer, som kan opstilles i forhold til det samlede mediesystem ud fra overordnede perspektiver af demokratisk, kulturpolitisk eller anden art og krav, der stilles til den enkelte public service institutions programudbud. De overordnede krav til mediesystemet kan være begrundet i ønsker om at skabe større mangfoldighed ved at give flere aktører adgang til at udsende radio og tv, eller at skabe større spredning med hensyn til produktion af udsendelser, at skabe flere ytringsmuligheder for befolkningen el. lign. Indfrielsen af disse forskellige krav til et samlet mediesystem er ikke identisk med, og bør derfor af principielle grunde holdes adskilt fra, public service begrebet.

Public service er, som det fremgår, ikke noget entydigt, men en forestilling eller et ideal om en bestemt programpolitisk målsætning, som i allerhøjeste grad er historisk foranderligt og afhængigt af det omgivende samfunds vurderinger. Eftersom public service og de institutioner, som drives efter disse principper, er så centrale i den danske mediesituation, ser Medieudvalget det som en vigtig opgave at tage stilling til betydningen af at have public service medier på baggrund af deres historie og deres betydning i kulturel og demokratisk henseende.

Medieudvalget finder det væsentligt at bidrage til en afklaring af, hvad der bør lægges i en moderne public service opfattelse, og hvilken rolle public service medierne bør spille i det fremtidige medielandskab.

En mere omfattende og grundig gennemgang af public service mediernes historie og udviklingen i opfattelsen af begrebet findes i bilag 1.

2.2 Public service under udvikling - elementer i den danske tradition

2.2.1 Mellem selvstændighed og politisk styring

DR (eller Statsradiofonien som institutionen hed frem til 1959) blev oprettet i 1926 som en selvstændig offentlig institution og ifølge Radiospredningsloven

(1926) skulle programmerne være af "alsidig oplysende og kulturel art". Styringen af DR blev varetaget af et radioråd, som blev udpeget af Folketinget, og som havde såvel programansvar som ansvar for økonomien. Muligheden for direkte politisk indblanding i programvirksomheden var i begyndelsen ganske stor. Radiorådet besad gennem sit programudvalg mulighed for at øve forhåndscensur frem til 1964.

Programudvalget bestod foruden Radiorådets medlemmer af en række ministerudpegede uafhængige kulturpersonligheder, som i flere tilfælde gik ind og forsvarede radioens redaktionelle frihed mod forsøg på direkte politisk indblanding. I 1964 blev Radiorådets beføjelser indskrænket til at udøve "efterkritik" af programmerne. Året efter fik såvel radio som tv sin egen selvstændige nyhedsformidling, som hidtil var blevet varetaget af Dagspressens Telegramudvalg. Dagbladenes indflydelse på nyhedsformidlingen i radio og tv var begrundet i et ønske om at beskytte dem mod konkurrencen fra de elektroniske mediers side. Med loven fra 1973 afskaffede man det selvstændige programudvalg med dets særlige sammensætning, og gjorde i stedet hele Radiorådet til programudvalg. Denne konstruktion medførte en stærk politisering af DR's ledelse på en måde, som efterhånden fra alle sider følte uheldig. Med 1987-loven om DR blev medlemmer af Folketinget helt udelukket fra at sidde i bestyrelsen for institutionen. Bestyrelsen har det overordnede ansvar for virksomheden og dens beføjelser i forhold til programmerne blev reduceret til et minimum. Programdiskussionen er i stedet overladt til programrådene, som har en rådgivende funktion i forhold til institutionen.

2.2.2 Alsidighed

Omdrejningspunktet for forståelsen af public service er begrebet "alsidighed". Specielt når det gælder nyheds- og aktualitetsudsendelser har der i perioder været stærk strid mellem forskellige politiske opfattelser af, hvordan dette begreb skulle udmøntes i public service mediernes programmer. De politiske stridigheder kulminerede i 1970'erne hvor Aktiv Lytterkomité blev startet med det formål at komme den påståede politiske venstredrejning af radio og tv til livs. Konkret gik diskussionen på, om alsidighed skulle kræves i forhold til det enkelte program eller i forhold til programudbudet i sin helhed og over en vis tid. Lovrevisionen i 1973 bragte ikke nogen afklaring af dette spørgsmål, og i de følgende år forsøgte Aktiv Lytterkomité med støtte i en vis folkelig opbakning at gennemdrive sit krav om "fairness" eller alsidighed i det enkelte program. Dette førte i 1977 til en præcisering gennem Radiorådets vedtagelse af "Almindelige retningslinjer for programvirksomheden", som fastslår, at der bør gælde pluralisme og mangfoldighed i programudbudet.¹ Retningslinjerne er i øvrigt stadig gældende for DR, idet den nye bestyrelse efter lovrevisionen i 1987 anbefalede at følge retningslinjerne. Alsidighedsforpligtelsen kædes i 1973-loven sammen med "hensynet til informations- og ytringsfriheden", og gav på den måde støtte til en mere rummelig tolkning af de frihedsgrader, som institutionen

¹ For en uddybende behandling af Almindelige retningslinjer for Programvirksomheden henvises til afsnit 1.2 i Bilag 1 om public service.

arbejdede under, samtidig med at bestemmelsen fastlagde en form for mindretalsbeskyttelse i forhold til brugerne.

2.2.3 Oplysning, kultur og underholdning

I visse perioder af DRs historie har programlægningen været stærkt præget af et ønske om at opdrage befolkningen kulturelt. I Radioens barndom i 1920'erne og frem til midten af 1930'erne gjaldt der et traditionelt dannelsesideal som målestok for programindholdet. Frem for alt den klassiske musik skulle medvirke til at højne befolkningens kulturelle stade. I 1960'erne blev radio og tv til en del af bestræbelserne for at demokratisere kulturen bl.a. gennem en aktiv statslig kulturpolitik. Kunsten i alle dens former fra den mest eksperimenterende til den klassiske blev anset som et demokratisk gode, som via medierne skulle formidles til hele befolkningen. I den forståelse af mediernes rolle, som udviklede sig i 1960'erne lå der, at medierne skulle tjene samfundet - som en del af en overordnet politik.

I den mellemliggende periode fra midten af 1930'erne og frem til 1960'erne var holdningen til radio- og tv-mediets rolle mere pragmatisk, og der blev sideløbende åbnet op for mere folkelige og populærkulturelle indslag i programmerne. Denne tendens fortsatte for så vidt op gennem 1960'erne, hvor radioen åbnede sin tredje kanal under indtryk af et stærkt ydre pres for at få mere ungdoms- og populærmusik ind i radioens programmer.

Først med lovrevisionen fra 1973 nævnes såvel underholdning som kunst som en del af formålsbestemmelsen for programvirksomheden. Ændringen kan ses som udtryk for pragmatisme eller et ønske om kulturel alsidighed og samtidig udtryk for en vis politisk nedtoning af det folkeopdragende element, som stadig var bærende for opfattelsen af public service mediernes opgave i samfundet.

Det kunstneriske islæt havde fra radioens start været stærkt betonet som en del af programvirksomheden. I 1920'erne grundlagdes Radiosymfoniorkesteret. Senere kom flere orkester- og korenssembler til, ligesom man i 1930'erne startede radioteatret og i 1950'erne tv-teatret. Der blev fra starten grundlagt en tradition for at bestille nye musikværker og nye dramatiske værker hos danske kunstnere til radio- eller tv-opførelse. På den måde etablerede DR sig som en af de mest betydningsfulde institutioner i dansk kulturliv.

2.2.4 Decentralisering og adgang til medierne

Som en udløber af den almindelige politiske debat om decentralisering og demokratisering i begyndelsen af 1960'erne begyndte DR opbygningen af regionalradioerne og provinsafdelingen i Århus for såvel radio som tv. Dette gav en større lokal forankring og service for lytterne i landets regioner, men imødekom ikke det voksende krav om at kunne komme til orde i medierne på egne betingelser. For at imødekomme dette behov oprettedes Båndværkstedet i 1972, hvor alle, så at sige, havde mulighed for at komme ind fra gaden og producere en ra-

dioudsendelse om det, de havde på hjerte. På denne måde forsøgte man - omend i begrænset skala - at imødekomme ønsket om større ytringsmuligheder for borgerne, og Båndværkstedet blev således en forløber for den senere ordning med tilladelse til at oprette private nærradioer og lokal-tv-stationer. TV-båndværkstedet blev oprettet i 1986 i Århus og eksisterer fortsat. Radioens båndværksted blev derimod nedlagt i 1989.

2.2.5 Fra monopol til duopol

Mediekommissionen anbefalede i 1983, at man skabte en ny dansk tv-kanal uden for DR's hidtidige monopol på landsdækkende udsendelser. Tv-kanalens økonomi skulle baseres på licens og reklameindtægter, men skulle i lighed med DR opfylde public service krav til indholdet i programvirksomheden. Man ønskede på den ene side at skabe konkurrence mellem de to kanaler for at sikre et bredere udbud af danske programmer til brugerne. Der var således et udbredt ønske om at bryde DRs monopol på nyhedsformidlingen i tv. På den anden side skulle den nye kanal sammen med DR tage kampen op mod udenlandske kanaler, som via satellit og kabel i stigende omfang fandtes tilgængelige for danske seere. Denne model blev i store træk gennemført ved beslutningen om oprettelse af TV 2 i 1986.

Mediekommissionen tog i sin behandling af public service udgangspunkt i tre teser eller grundregler, som man anså som fundamentale for et public service system:

- 1) Systemet må ikke være rent kommercielt.
- 2) Der må ikke være tale om en statslig virksomhed.
- 3) Systemet skal tjene almenheden.

Mediekommissionens definition af public service bygger på de målformuleringer, som findes i den gældende lovgivning, nemlig institutionen skal forsyne almenheden med et *alsidigt og afbalanceret programudbud* (med passende hensyntagen til minoriteter), som skal være af interesse for *alle dele af befolkningen*. Institutionen skal bidrage til *ytrings- og informationsfrihed* og sikring af en *national kulturproduktion* samt bevarelse af *integritet og uafhængighed i programlægningen* i forhold til politiske og økonomiske interesser. Midlerne til sikring af disse mål er bl.a., at en væsentlig del af programmerne er *egenproducerede*, at borgerne sikres gode og billige *modtageforhold*, og at de økonomiske midler først og fremmest anvendes til *programproduktion* og udvikling af programproduktion (betænkning nr. 6/1029, 1985, s. 114).

Det er interessant, at der i forståelsen af public service på dette tidspunkt blev fokuseret på institutionernes *uafhængighed* såvel af det politiske system som af økonomiske interesser. Det afspejler sig i den lovgivning, der blev til i 1986 og 1987 om henholdsvis TV 2 og DR, og som stadig er gældende principper for medierne, nemlig at man kraftigt nedtoner mulighederne for indblanding i den konkrete programpolitik fra politisk side. Både TV 2 og DR ledes af bestyrelser, som kun meget indirekte har indflydelse på programsiden, og hvor aktive folke-

tingspolitikere er udelukket som medlemmer. Man har tilsvarende lagt stor vægt på at undgå indflydelse fra økonomiske interesser på TV 2 ved at gøre det til en selvejende institution - uden private kapitalinteresser - og bl.a. ved at oprette et selvstændigt reklameaktieselskab som varetager reklamesalget i TV 2. Overskuddet herfra overføres til TV 2 Fonden, hvorfra ministeren afgør hvor meget, der skal føres videre til TV 2-selskabets drift.

Den direkte politiske styring af public service institutionerne er dog fastholdt i en række konkrete tilfælde:

- 1) Budgetrammerne for institutionerne skal fortsat besluttes af kulturministeren efter forudgående accept i Folketinget.
- 2) I forbindelse med det seneste licensforlig blev en forhøjelse af budgetrammerne for DR og TV 2 politisk kædet sammen med en forudgående aftale om et forøget engagement i dansk filmproduktion (de såkaldte filmpenge).
- 3) De folketingsudpegede statsrevisorer har med en lovændring i 1994 fået indsigt i og mulighed for at foretage særlige undersøgelser af DRs og TV 2s regnskaber. Institutionerne betragter dette som et alvorligt angreb på deres uafhængighed.

2.3 Public service i konkurrence

2.3.1 Programindhold og markedsandele

Tilkomsten af kommerciel radio og tv i form af private lokale radio- og tv-stationer, hvoraf en stor andel er reklamefinansierede samt udenlandske private kanaler tilgængelige via satellit og kabel, har grundlæggende ændret rammerne for public service. Institutionerne, som udøver public service, skal ikke kun orientere sig i forhold til deres samfundsmæssige forpligtelser, men må også konkurrere på markedets vilkår for at bevare deres stilling som medier for hele befolkningen (uanset finansieringsform).

Den folkeopdragende programfilosofi, som dominerede i monopolets tid, er blevet afløst af en større lydhørhed overfor publikums interesser og behov. Dels er der skabt konkurrence mellem de to landsdækkende tv-kanaler, og dels har public service medierne måttet afgive en del af seerne og lytterne til konkurrerende elektroniske medier. Dermed er deres funktion som nationens samlingspunkt aftaget, selv om deres betydning som dagsordensættere fortsat er ganske stor, ikke mindst fordi nyhedsformidlingen i de elektroniske medier har fået stigende betydning i befolkningens forbrugsmønster. Generelt anvender befolkningen en stigende del af sit samlede medieforbrug på de elektroniske medier, og af dette anvendes fortsat hovedparten af tiden på danske public service medier.

For radioens vedkommende har konkurrencen fra lokalradioerne betydet, at man har satset på en stærkere profilering af de tre landsdækkende kanaler, som DR råder over. Med den seneste omlægning af radiostrukturen i 1992 skabtes "Danmarkskanalen" på P2 i dagtimerne på hverdage som en kanal med et bredt underholdende indhold for de modne lyttere. Danmarkskanalen indeholder også regionalradioernes stof. P3 har fået en endnu skarpere profil vendt til ungdommen og med et stort indhold af populærmusik. P1 og "P2musik" (hverdagsaftener samt weekend) er blevet rendyrket som specialkanaler for dels politisk, kulturel orientering og debat (P1) og dels for musik (P2musik) - først og fremmest klassisk musik - som i høj grad er bygget op omkring institutionens egne ensembler og andre danske kunstnere. Man har på denne måde *formatteret* radiokanalerne efter bestemte målgrupper og bestemte former for indhold og musikgenrer. Konkurrencen fra lokalradioernes side har især været mærkbar, når det gælder de unge lyttere og lyttere i provinsen, hvor lokalradioerne har udfyldt et mediemæssigt "hul" ved at kunne betjene dels de mindre lokalområder med servicestof, som DRs 9 regionalradioer ikke har kunnet rumme og dels har kunnet sammensætte musikflader, som har været mere i tråd med lokalområdets eller målgruppens musiksmag.

DR har i øjeblikket en markedsandel på 80 % for de tre landsdækkende radiokanaler, mens 20 % går til lokalradioerne. Konkurrencen fra udenlandske radiostationer, som bla. findes i kabelnettene, spiller indtil videre ingen rolle i det samlede billede. I internationalt perspektiv lytter danskerne forholdsvis lidt til radio, specielt i sammenligning med de øvrige nordiske lande, men når det gælder markedsandele ligger DR højere end de tilsvarende public service institutioner i de nordiske lande. Norge har som det eneste nordiske land en landsdækkende kommerciel radio (P4), og her er NRKs markedsandel faldet til 61 %, mens P4 lægger beslag på 27 % og lokalradioerne de resterende 12 %.

TV 2s økonomiske afhængighed af reklamesalg har affødt en satsning på nye programformer og en målrettet tænkning i brugernes behov og ønsker samt en satsning på et mere underholdningspræget programudbud end tidligere set i dansk tv. Denne programprofil har da også vundet betydelig opslutning hos det brede publikum. For DR har konkurrencen ligeledes medført en langt større og mere seriøs orientering mod at opfylde forskellige modtagergruppers forskellige behov og ønsker end tidligere.

Danmarks Radio og TV 2 er konkurrenter for så vidt gælder seer-opslutningen, og specielt i de første år foregik denne konkurrence om seerne ofte ved, at de samme programtyper blev programsat overfor hinanden. Set ud fra ønsket om at skabe større mangfoldighed og valgmuligheder for seerne er denne konkurrenceform mindre hensigtsmæssig og institutionerne indgik derfor i 1989, under indtryk af en del offentlig kritik, en aftale om at koordinere dele af udsendelsesvirksomheden. Aftalen blev fornyet i 1991 og skal tilstræbe at undgå tidsmæssige kollisioner mellem nyheder, danske børneprogrammer, danske spillefilm, visse sportstransmissioner, ressourcekrævende dansk dramatik- og aktualitetsproduktioner og enkeltudsendelser for mindre målgrupper.

Mellem de to tv-kanaler har der - bl.a. på baggrund af forskellige vilkår ressourcemæssigt og organisatorisk - udviklet sig en vis arbejdsdeling, når det gælder indholdet og sammensætningen af programmerne. DR sender forholdsvis flere "smalle" programmer rettet til særlige målgrupper, bl.a. børn og unge, mere dansk dramatik (ca. 5 % af sendetiden i DR overfor ca. 3 % i TV 2), flere kulturoplysnings- og undervisningsprogrammer. TV 2 sender forholdsvis flere underholdningsprogrammer og mere underholdningsprægede oplysnings- og debatprogrammer, flere udenlandske fiktionsprogrammer og frem for alt regionalprogrammer. Forskellene i de to kanalers programsammensætning er som nævnt til dels begrundet i deres forskellige indtægtsmuligheder. Begge kanaler sender sammenlignet med kommercielle konkurrenter betydeligt mere af informative og debatprægede journalistiske programmer, kulturprogrammer, samt nyheds- og aktualitetsstof. Tilsvarende udgør deres andel af film og fiktionsserier en betydelig mindre del af den samlede sendetid. Forskellene i programprofilen i de to kanaler afspejler sig i de to kanalers relative opslutning hos seerne, som i 1994 var 41 % for TV 2 og 30 % for DR. De resterende 29 % fordeles på de indenlandske kommercielle kanaler (6 %) og de udenlandske kanaler - først og fremmest TV3 (10 %) (se tabel 1).

2.3.2 Ejerformens betydning i public service sammenhæng

Det danske public service system adskiller sig fra systemerne i andre lande, som vi ofte sammenligner os med når det gælder *ejerformerne* for public service virksomhederne, idet begge de danske virksomheder er offentligt ejede og således drives på non-profit basis. Som tidligere nævnt lagde den daværende Mediekommission, som udformede rammerne for TV 2s tilblivelse, afgørende vægt på denne forudsætning (jf. kap. 2.2.5). Erfaringer fra andre lande viser imidlertid, at der ikke nødvendigvis er et modsætningsforhold mellem at være en profitdrivende virksomhed og samtidigt fuldt ud leve op til public service forpligtelser. Det britiske system er et klart eksempel på dette.

I flere af vore mindre europæiske nabolande har man indført et koncessionssystem efter britisk model. Det svenske TV 4 og det norske TV 2 er eksempler på dette. I begge lande har man valgt at knytte public service krav til disse virksomheder (se bilag 7). For det norske TV 2s vedkommende pålægges der foreløbigt ingen koncessionsafgift, men derimod skal norske TV 2 finansiere udbygningen af sendenetten efter en forud fastlagt plan (en ganske omfattende udgiftspost på grund af landets særlige geografiske forhold). I Sverige indeholder koncessionsaftalen med TV 4, at stationen skal finansiere sendenetten. Derudover opkræves en årlig koncessionsafgift, som tilfalder den svenske stat, og hvis størrelse til dels afhænger af stationens reklameprovenu.

I begge lande har erfaringen vist, at det har været svært at få de pågældende tv-stationer til at opfylde de stillede programmæssige krav (i Norge gælder det tilsvarende for den privat koncessionerede radiokanal). Forklaringerne på dette skal formodentlig søges i flere forhold og kan næppe entydigt føres tilbage til et spørgsmål om ejerformen.

Tabel 1

Seernes fordeling på kanaltyper								
Kanaltype	Danmark		Finland		Norge		Sverige	
	Navn	%	Navn	%	Navn	%	Navn	%
Offendelige	DR	31	YLE 1	25	NRK	55	SVT 1	27
	TV 2	43	YLE 2	19			SVT 2	27
			YLE Sv	2				
Private nationale	TV3	10	MTV 3	46	TV 2	19	TV 4	24
	Lokal-tv	4	Cable	1	TVNorge	8	TV3	9
					TV3	6	Femman	3
Udenlandske		13		7		11		10
I alt		101		100		99		100

Kilde: GEAR (Eurofactbook), DR TV-Medieforskning. Tallene for Norge er fra 1993. De øvrige tal er fra 1994, første halvår.

I et land som Norge med et reklamevolumen for tv, som må formodes at ligge på niveau med det danske, er det således nærliggende at antage, at indkomstgrundlaget på de givne forudsætninger (bl.a. koncessionsvilkår, ejerforhold, og konkurrence fra andre kommercielle tv-kanaler) ikke er tilstrækkelige til at drive en kvalitetspræget public service kanal.

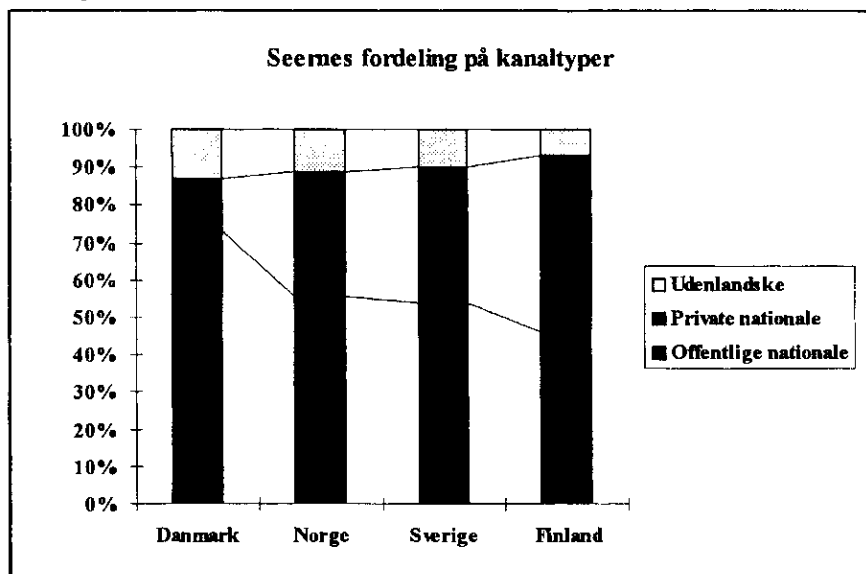
I Sverige, hvor der er et højere samlet reklamepotentiale, ser man imidlertid også problemer, når det gælder at leve op til public service kravene for TV 4. Ejerformen har derfor tilsyneladende en vis betydning i mindre lande med begrænset reklamevolumen, hvor det må antages at hensynet til indtjeningen og publikumsopslutningen er svært foreneligt med kravene om dyre nationale programproduktioner, betjening af mindre målgrupper mv., som public service kravene indebærer. En nærmere analyse af programsammensætningen i TV 4 sammenlignet med andre tv-kanaler, som sender i Sverige, viser at TV4s programsammensætning har større lighedspunkter med de andre kommercielle kanaler (TV 3 og Femman) end med de to øvrige kanaler med public service forpligtelser (SVT Kanal 1 og TV 2).² TV 2 Norges egen programstatistik for 1994 indikerer, at noget tilsvarende gør sig gældende for denne kanals vedkommende.³

² Jf. Olof Hultén og Anna Maria Andersson: Det svenske tv-udbudet 1987-1994, Sändingstid och programkategorier, Göteborg 1995 (upubliceret).

³ Jf. Trine Syvertsen: TV 2 i Norge 1992-1995: programpolitikk og institusjonsutvikling i en moderne hybridkanal (aug. 1995, Den nordiske Medieforskerkonference).

I Finland indførte man længe før de øvrige nordiske lande reklamer og kommercielt tv, der indtil 1992 var placeret som "vinduer" i YLEs to nationale kanaler. Fra 1992 har man udskilt det kommercielle MTV, som har fået koncession til den tredje tv-kanal. Der findes ingen public service krav til denne kanal og koncessionsafgiften tilfalder YLE. MTV har ingen nævneværdig konkurrence om reklamemarkedet, hverken fra nationale eller udenlandske tv-kanaler.

Figur 1



I kategorien "Private nationale" indgår satellitkanalen TV 3, som sender på nationale sprog til hhv. Danmark, Norge og Sverige. TV 3 konkurrerer således også om tv-reklamemarkedet i de tre lande. Formelt er organisationen hjemmehørende i Storbritannien.

På baggrund af erfaringerne fra de øvrige nordiske lande kan man konstatere, at de danske public service tv-kanaler indtager en forholdsvis stærk position, og at blandingsfinansieringen (licens og reklameindtægter) samt ejerformen tilsyneladende har været vigtige momenter for at sikre en forholdsvis høj public service profil i TV 2. I de husstande, som kan modtage TV3, er seertilslutningen for TV 2 og DR tilsammen faldet til 59% i 1994, men selv i forhold hertil ligger tilslutningen til public service kanalerne i Danmark dog over, hvad de offentlige public service kanaler i andre nordiske lande har kunnet opnå efter indførelse af en privat reklamebaseret landsdækkende tv-kanal, jf. figur 1.

Udviklingen viser desuden, at de udenlandske kanalers andel af seerne falder i takt med, at de private nationale kanalers andel styrkes. Der er derfor grund til at antage, at også de kommercielle kanaler spiller en rolle for dansk tvs markedsandel i forhold til de udenlandske kanaler.

2.3.3 Public service institutionernes rolle i et konkurrencepræget marked

I DRs seneste programpolitiske udspil⁴ lægger man vægt på det samfundsmæssige og demokratiske perspektiv som den centrale målsætning for institutionens virksomhed. Formålet er "at styrke borgernes handleevne i et demokratisk samfund", og dette formål skal realiseres gennem "at oplyse og engagere borgerne, så de på et kvalificeret grundlag gennem deltagelse i det demokratiske liv kan øve indflydelse på deres egen tilværelse." I dette papir lægges der op til at definere institutionens rolle inden for det totale udbud af elektroniske medier, som findes i det danske medielandskab. Man taler således om, at DR "skal forøge valgmulighederne i forhold til det markedsstyrede radio- og tv-udbud." Konkret betyder det, at DR ser det som sin opgave både at producere det, som de andre kanaler ikke kan eller vil sende, og at man fortsat ser det som en vigtig opgave at henvende sig til det brede radio- og tv-publikum med et kvalitetspræget udbud, som lægger vægt på det nationale og de kulturelle forpligtelser, som følger af at være en offentlig radio- og tv-institution.

DRs bud på et moderne public service koncept er altså at kompensere det kommercielle systems mangler ved at sende et større udbud af såvel brede som smalle programmer inden for alle de kendte programkategorier som oplysning, underholdning og dramatik. I den sammenhæng argumenterer man for udvidede sendemuligheder i form af en ekstra tv-kanal og en ekstra radiokanal, som ville give mulighed for at løse et af institutionens dilemmaer, nemlig på samme tid både at fastholde det store publikum og at kunne betjene særlige målgrupper. Man fremhæver, at flere kanaler vil give større muligheder for at sikre mangfoldighed i det samlede medieudbud inden for det samme tidsrum som modvægt til den reelle mangel på valgmuligheder, som et kommercielt domineret mediesystem udviser.

TV 2 er på sin side alvorligt presset af den skærpede kommercielle indenlandske konkurrence (fra TV3, Kanal Danmark-samarbejdet, TV6, ZTV ol. kanaler i fremtiden), som truer seergrundlaget og/eller reklameindtjeningen. Da reklameindtjeningen for tiden (1994) udgør 67% af TV 2s indtægtsgrundlag, er dette naturligvis en konkurrence, som kan få konsekvenser for hele institutionens position og status i det danske mediebillede. Med svindende indtægter kan det blive endnu sværere end hidtil at leve op til de krav, som bør kunne stilles til en public service virksomhed.

I TV 2s seneste mediepolitiske udspil argumenteres der derfor for, at public service forpligtelsen bør defineres forskelligt under hensyntagen til de forudsætninger institutionerne arbejder under. TV 2 anfører, at de fire grundelementer i TV 2s opbygning - den principielle selvfinansiering (reklame), entreprisemodellen, den regionale programproduktion og udsendelsesvirksomhed, samt den lille organisation - i sig selv er en garant for mangfoldigheden og alsidigheden i public service begrebet i TV 2s forstand.

⁴ DR 1995-2005 (november 1994).

Ligesom DR ønsker TV 2 en yderligere tv-kanal til rådighed for at få mulighed for en større differentiering af programudbudet i den bedste sendetid. Dette ville yderligere give de regionale tv-stationer et større regionalt "vindue" i TV 2-virksomhedens sendeflade.

For at overleve i den skærpede konkurrence med de kommercielle kanaler peger TV 2 på, at det er nødvendigt med en større uafhængighed, herunder sammenlægning med TV 2 Reklame, sanering af gældsposter i forbindelse med institutionens etablering og lempeligere reklameregler (jf. tv-direktivets bestemmelser).

Den hittidige erfaring med TV 2s virksomhed har vist, at der eksisterer et modsætningsforhold mellem på den ene side institutionens mangelfulde økonomiske grundlag og på den anden side de krav, som er knyttet til tv-kanalens programudbud med hensyn til public service forpligtelser, forpligtelser som institutionen ikke fuldt ud har kunnet leve op til. Disse modsigelser er blevet tydeligere i og med den stigende kommercielle konkurrence, så et vigtigt spørgsmål er derfor at afklare institutionens fremtidige grundlag, såvel omfanget af de public service forpligtelser den skal leve op til, som dens økonomiske og organisatoriske grundlag og råderum.

2.4 Et nutidigt public service begreb

2.4.1 Alsidighed og kvalitet

Den nuværende samfundsudvikling indebærer en stadigt tættere informationsstrøm ad mange forskellige kanaler og medier. Det er en udvikling, som må forudses at accelerere yderligere i de kommende år med den hastige udbygning af informationsteknologien. Det øger på den ene side borgernes muligheder for at blive informeret, men øger på den anden side også uoverskueligheden, og gør det stadigt vanskeligere for den enkelte borger at skabe sig overblik, sammenhæng og forståelse af samfundets udvikling og den demokratiske proces. Samtidigt er der dele af befolkningen, som mere eller mindre permanent befinder sig uden for arbejdslivet og med en mere eller mindre perifer kontakt til traditionelle samfundsmæssige og politiske institutioner. Den traditionelle politiske organisation og meningsdannelse er under forandring, og eksempelvis de politiske partier mister i stigende grad betydning. En stigende del af befolkningen, ikke mindst blandt unge, foretrækker at lade sig informere af de elektroniske medier, først og fremmest tv, tilsyneladende på bekostning af de trykte medier. Ud fra en demokratisk synsvinkel øger disse forskellige udviklingstendenser derfor kravene til, at der findes et medieudbud med en alsidig og kvalitativ orientering og en bredt orienteret og engagerende formidling af synspunkter og kulturelle strømninger og udtryk. Det placerer dermed public service begrebet centralt i forhold til et stadigt mere uoverskueligt medielandskab.

Et moderne public service begreb må på den ene side fastholde traditionelle dyder, som er udviklet under det forløb, som er skitseret ovenfor ud fra en erken-

delse af, at disse indholdsmæssige og kvalitative krav til programindholdet ikke automatisk imødekommes i et fuldt kommercielt system, det vil sige krav om alsidighed, mangfoldighed og kvalitet. På den anden side må der kræves, at public service medierne både kan konkurrere med og fungere komplementært i forhold til de kommercielle medier. Dermed handler et moderne public service begreb også om at forholde sig til det samlede mediesystems funktion.

Mens man i den mere "klassiske" opfattelse af public service har fokuseret stærkt på mediernes rolle som samfunds- og kulturinstitutioner med forpligtelser overfor den politiske og kulturelle offentlighed, kan man sige, at et moderne forståelse af begrebet i højere grad fokuserer på det andet element i begrebet, nemlig at være en *service overfor publikum*. Public service medierne må kunne betjene *hele* befolkningen og må kunne betjene alle publikumsgrupper med et varieret programudbud, som imødekommer deres interesser og behov. Derfor er det vigtigt, at der foregår en løbende feed back og dialog med publikum, som sikrer, at man lever op til befolkningens forventninger.

Det grundlæggende begreb i forbindelse med public service er *alsidighed eller mangfoldighed*. Anskuet ud fra publikums perspektiv vil det sige, at alle mulige modtagerbehov så vidt muligt må søges tilfredsstillet i programudbudet. I forhold til det enkelte program indebærer alsidigheden et krav om, at et emne belyses fra flere sider på en afbalanceret og nuanceret måde. I den sammenhæng handler alsidigheden derfor også om et kvalitetskrav og et krav om tilstrækkelige ressourcer til produktionen. Alsidigheden i forhold til det samlede programudbud handler om, at forskellige emneområder og funktioner for mediet skal tilgodeses, dvs. nyheder, oplysning, underholdning og kunst. Med en tendens til opsplitting af det samfundsmæssige liv i forskellige delkulturer, interessegrupper osv. må kravet om alsidighed derfor også handle om, at forskellige opinioner eller kulturelle former bliver repræsenteret. Til en vis grad handler dette også om publikums mulighed for at komme til orde i medierne (public access).

Endelig handler begrebet alsidighed eller mangfoldighed om *valgmuligheder* for publikum. Dette kan anskues ikke kun ud fra den enkelte institutions eller kanals samlede udbud, men må i den nuværende situation også anskues ud fra det samlede udbud i henholdsvis radio og tv, dvs. ud fra det samlede systems perspektiv. Ud fra modtagerens synspunkt handler valgmulighederne i høj grad også om, hvilke forskellige muligheder der foreligger i det samme tidsrum. Når et moderne public service begreb i højere grad fokuserer på serviceaspektet, er det klart, at det bliver vigtigt at kunne tilgodesee så mange målgrupper i de bedste sendetider som muligt. Derfor er spørgsmålet om supplementskanaler for de eksisterende public service institutioner meget vigtigt at tage stilling til.

Kvalitet defineret som en del af public service forpligtelsen kommer først ind i lovgivningen i forbindelse med indførelse af TV 2. Kvalitet kan forstås på to måder enten som teknisk, professionel og journalistisk kvalitet eller som programmæssig og æstetisk kvalitet. At kvalitetsbegrebet dukker op i lovgivningen er i sig selv en indikator for, at vægtningen har forskudt sig fra en forståelse af public service primært som en samfundsmæssig funktion, der har til opgave at sikre demokratisk og kulturel lighed, og til en forståelse af at

medierne og deres programudbud også er et formål i sig selv. Dermed kommer programmernes kvalitet som selvstændige produkter, deres æstetiske kvaliteter og tiltrækning mere i centrum. Ikke mindst når det gælder tv ses mediet mere som en selvstændig kulturform.

Kvalitetsdiskussionen er således et udtryk for en nyorientering af public service begrebet bort fra den paternalistiske forestilling om at skulle opdrage befolkningen, hvor det mere har været mediets evne til at skabe en *effekt* hos brugerne, der har været genstand for opmærksomhed. Teknisk, programmæssig kvalitet og professionalisme har derimod hele tiden været betragtet som en selvfølgelig forudsætning. Når holdningen til public service ændrer sig i retning af, at medierne skal tjene befolkningens ønsker og dermed også i højere grad indrette sig på markedets og konkurrencens præmisser, bliver programmets egenskaber som program vigtigere. Legitimiteten for public service kommer derfor også i højere grad til at dreje sig om institutionernes evne til at producere *kvalitet* i programudbudet.

Sværere er det naturligvis at definere og anvende kvalitet som målestok for public service. På den ene side er det muligt at fastlægge visse tekniske, håndværksmæssige og professionelle normer for et programs kvalitet. På den anden side har man æstetiske og kulturelle kvalitetsnormer, som på det nærmeste er uanvendelige i en operationel sammenhæng. Hvis man skal anvende kvalitet som norm for en vurdering af public service, er man derfor nødt til at anvende det konkret i forhold til bestemte mål, som kan opstilles for de enkelte programmer, typer af programmer eller sammensætningen af programmer i en radio- eller tv-kanal osv. Kvalitet er ikke noget absolut, men kan i denne sammenhæng defineres i forhold til bestemte formål og i relation til bestemte målgrupper. Kvaliteten må derfor måles i forhold til, om bestemte formål opfyldes, og i forhold til målgruppernes egen vurdering af de pågældende programmer.

2.4.2 Spørgsmålet om entrepriseproduktion

TV 2 blev ved sin oprettelse opbygget som en lille produktionsenhed, der i første række skulle producere nyheds- og aktualitetsprogrammer. Den resterende del af programvirksomheden tilvejebringes enten som entrepriseproduktioner eller i form af indkøb hos danske og udenlandske producenter.

Entreprisemodellen var en af de bærende ideer bag oprettelsen af TV 2 - under stærk inspiration fra den britiske tv-station Channel Four. Entreprisemodellen er skabt ud fra ønsket om større fleksibilitet og mangfoldighed, når det gælder programproduktion. Samtidigt styrker en sådan produktionsform de uafhængige film og tv-produktionsmiljøer i landet og er således et væsentligt element i opretholdelsen af dette produktionsmiljø. I Storbritannien er entrepriseproduktion et grundvilkår for både Channel Four og ITV (Storbritanniens regionalt baserede tv-kanaler), samt et lovfæstet krav til BBC, hvor 25 % af sendetimerne udover nyheder skal være produceret af uafhængige producenter. I Danmark har udover TV 2 især TV 3 set en fordel ved at lægge al dansk produktion ud i entreprise. DR-TV har hidtil i altovervejende grad produceret sine programmer selv, men

har i de seneste år i lidt større omfang benyttet uafhængige producenter til sine programproduktioner.

I international sammenhæng har spørgsmålet om de uafhængige producenters rolle også været stærkt debatteret ikke mindst ud fra et overordnet synspunkt om at forstærke den europæiske andel af den internationale programproduktion, som i øjeblikket er stærkt domineret af produkter fra USA. I EU-sammenhæng har man således i tv-direktivet samt i EUs mediaprogrammer indlagt reguleringer og støttemuligheder med henblik på at øge andelen af produktioner fra uafhængige europæiske producenter.

Set ud fra tv-institutionernes synsvinkel kan det være en fordel i form af større fleksibilitet og fornyelse i programproduktionen at kunne lægge en større eller mindre del af programproduktionen ud til uafhængige producenter. Imidlertid er det også i et forholdsvis lille land som Danmark begrænset, hvor mange og hvor store rent kapacitetsmæssigt, de enkelte producenter er, og dermed kan der opstå vanskeligheder med at sikre den fornødne kvalitet og forsyningssikkerhed for denne type produktioner. Det er bl.a. disse hensyn som har bevirket at TV 2 har lagt den langt overvejende del af sine produktioner hos én producent nemlig Nordisk Film, hvilket fra et konkurrencemæssigt synspunkt og med hensyn til prisdannelsen i markedet kan synes uheldigt.

Spørgsmålet er, om man i dansk sammenhæng fortsat skal fastholde eller yderligere fremme en udvikling, hvor en del af public service institutionernes programproduktion skal lægges ud til private producenter, og i givet fald om dette skal ske gennem specifikke krav i lovgivningen. Sådanne krav vil i givet fald indskrænke de enkelte virksomheders handlefrihed, og kan ikke uden videre begrundes ud fra et public service synspunkt, men må i så fald begrundes i et generelt ønske om at sikre de uafhængige producenters vilkår og fremme forudsætningerne for en fortsat mangfoldighed i national film- og tv-produktion.

2.4.3 Public access og de lokale medier

Det diskuteres hvorvidt de lokale medier bør inddrages og omfattes af begrebet public service. Begrundelsen for dette knytter sig primært til, at nogle af de lokale medier har en kraftig public access-profil, som både supplerer og kompletterer de etablerede landsdækkende public service medier, også i forhold til disse mediers regionale udbud. Netop når det gælder det lokale stof og den lokale forankring har nogle af de lokale medier betydet nye lyttemuligheder og nye muligheder for at ytre sig og deltage i den lokale debat. Og nogle af de lokale medier har kunnet udfylde et "hul", når det gælder lokalt nyheds- og servicestof, som har været for lokalt til at finde plads i de regionale radio og tv-udsendelser fra hhv. DR og TV 2. Set ud fra en overordnet betragtning er disse funktioner som lokalmedierne udfylder vigtige for det samlede mediesystem og bidrager i høj grad til en øget mangfoldighed.

Det giver derimod ikke nogen mening at indlemme disse enkelte medievirksomheder under public service begrebet. public service mediernes grundlæggende

opgave er at stå i befolkningens tjeneste i et demokratisk samfund. Det indebærer uafhængighed i programproduktionen og mulighed for at kunne betjene befolkningen i dens mangfoldighed med et alsidigt programudbud. De lokale mediers styrke og deres mulighed for at øge den samlede alsidighed og mangfoldighed i mediebilledet ligger netop i, at de ikke behøver at leve op til disse krav hver for sig. Deres fortsatte tilstedeværelse i det danske mediebillede er derfor vigtig set ud fra et overordnet demokratisk perspektiv på hele mediesystemet som supplement til *public service* medierne.

2.4.4 Den internationale diskussion af public service

Public service systemets rolle og fremtid er på dagsordenen i forskellige internationale sammenhænge. European Broadcasting Union (EBU) udsendte en erklæring i 1993⁵, og Europarådets konference for de europæiske medieministre i Prag, december 1994⁶ vedtog en resolution, begge om public service systemet. Der er en hel del fællestræk i de to dokumenters syn på problemstillingerne og for såvidt også på de opstillede løsninger. Ud over kravene til public service medierne om alsidighed, uafhængighed, upartiskhed etc., som drøftes i de to dokumenter og som er velkendte i den danske debat, er der grund til at trække en række nye temaer frem, som går igen i disse dokumenter:

- Public service institutionernes rolle med hensyn til at være forum for offentlig diskussion og skabe *social sammenhæng og integration* fremhæves.
- Deres forpligtelse til at være *nyskabende* og tilbyde *originale produktioner*, af bl.a. film og drama fremhæves ligeledes, samt at der bør foregå et *samarbejde med uafhængige producenter og filmbranchen*.
- Public service medierne skal have mulighed for en differentieret service bestående af både generelle kanaler og tematiske specialkanaler.
- Statsmagterne må tage ansvar for, at der findes en *passende sikker og langsigtet finansiering*, som muliggør at public service institutionerne kan opfylde de stillede krav.
- Public service institutionerne bør sikres *uafhængighed* af politisk og økonomisk indblanding, herunder især indblanding i daglige ledelsesmæssige og programmæssige dispositioner. EBU-erklæringen fremhæver at institutionerne må kunne *træffe egne strategiske beslutninger i forhold til markedet*.
- Prag-resolutionen fastslår, at staterne bør sikre at public service institutionernes bidrag til mangfoldighed og befolkningernes ret til at modtage informatio-

⁵ EBU Declaration, Public Service Broadcasting: Europe's opportunity: Why public service broadcasting, Bruxelles 1993.

⁶ 4th European Ministerial Conference on Mass Media Policy, Prague, December 1994: Resolution no 1: The Future of Public Service Broadcasting.

ner ikke tilsidesættes ved hjælp af *koncentration af medieejerskab*, erhvervelse af eneret og kontrol over distributionssystemer og afkodningsteknik. EBU kræver at public service kanalerne får adgang til vigtige begivenheder af nyhedsværdi, sportsbegivenheder, andre kulturelle og musikalske begivenheder og vigtige biograffilm.

- Prag-resolutionen lægger vægt på, at public service institutionernes *regnskaber fremlægges offentligt*, samtidigt med at de *offentliggør oplysninger om aktiviteter og ressourceanvendelse og hvorledes de har levet op til de stillede krav*, samt udvikle metoder, som giver publikum mulighed for at kommentere den måde, som kravene er opfyldt på.
- Public service institutionerne bør kunne udnytte *de nye muligheder, som teknologien åbner*.

Europaparlamentet vedtog den 14. juli 1995 en resolution om Kommissionens grønbog om strategiske muligheder for at styrke den europæiske programindustri⁷, som også berører public service mediernes placering i det europæiske mediebillede. Resolutionen understreger bl.a. behovet for, at de offentlige radio- og tv-selskaber får mulighed for at konkurrere på lige fod med private, når det gælder det voksende marked inden for informationssamfundets rammer. Parlamentet understreger desuden, at Kommissionen bør fastslå, at de offentlige radio- og tv-selskabers indtægter fra licens eller statslige midler ikke falder ind under EU-traktatens bestemmelser om statsstøtte.

2.4.5 Public service regnskab

Danmarks Radio og TV 2 argumenterer i deres programpolitiske udspil for, at public service virksomhederne bør styrkes med hensyn til deres uafhængighed i politisk og økonomisk henseende og med hensyn til at kunne tage nye initiativer i forhold til markedet. Disse tanker ligger således i tråd med, hvordan man også på internationalt plan ser på public service mediernes og deres rolle i et konkurrencepræget marked. Disse øgede frihedsgrader bør på den anden side kunne modsvares med en form for offentlig regnskabsaflæggelse med hensyn til, hvorledes man har klaret at leve op til public service kravene. For nærværende er det karakteristisk, at en sådan rapportering ikke er særlig omfattende eller systematisk.

Kritik- og kontrolfunktionen lå tidligere i Radiorådets programudvalg i forhold til DRs udsendelsesvirksomhed. Frem til 1973 var programudvalget paritetisk sammensat af politisk udpegede radiatorådsmedlemmer og personligt udpegede tilfornordnede medlemmer. Fra 1973 blev Radiorådet som tidligere nævnt også programudvalg, og dette førte til en politisering af kontrolfunktionen i en sådan grad, at den efterhånden forekom utålelig ikke alene for institutionens medarbej-

⁷ Resolution A4-0140/95 om grønbogen "Strategiske muligheder for at styrke den europæiske programindustri inden for rammern af Den Europæiske Unions audiovisuelle politik" (COM(94)0096 - C#-0222/94).

dere, men også for offentligheden. Lovene om TV 2 og DR i 1986 og -87 afskaffede denne funktion for institutionernes bestyrelser, der udtrykkelig *ikke* må blande sig i den daglige programvirksomhed. Det eneste officielt udpegede forum, som nu er tilbage, udgøres af programrådene, som formelt ikke har nogen indflydelse med hensyn til overvågning af programforpligtelserne.

Danmarks Radio har dog i forbindelse med regnskabsaflæggelsen for 1994 fremlagt et såkaldt public service regnskab. Denne regnskabsaflæggelse er et led i beslutningen for det gældende 4-årige licensforlig (1994-97). Der fremlægges i den forbindelse oversigt over dækning, markedsandel mv. for de forskellige radiokanaler og for tv, lytternes og seernes vurdering af forskellige kanaler og programtyper samt opgørelser over ressourceforbrug og antal udsendelsestimer inden for forskellige programkategorier.

Offentlighedens muligheder for systematisk at vurdere hvordan public service institutionerne har klarer at efterleve kravene til programvirksomheden er således på nuværende tidspunkt forholdsvis ringe. I den sammenhæng spiller det også en rolle, at der for det første hidtil har manglet konkrete målsætninger for de enkelte virksomheders programudbud, som ville gøre en egentlig evaluering mulig, og for det andet savnes der programoplysninger, som er opgjort efter ensartede metoder, og som - ikke mindst vigtigt - tilvejebringes af en neutral instans uden for institutionerne selv. Det er ikke i den nuværende situation muligt at foretage præcise opgørelser over udsendelsesvirksomhedernes udbud inden for forskellige genrer eller sammenligninger mellem de forskellige institutioners programudbud.

En forudsætning for at gennemføre en eller anden form for evaluering af institutionernes virksomhed ud fra en public service målestok må derfor være, at der tilvejebringes en sådan uafhængig og tilstrækkelig detaljeret opgørelse af programudbudet i de eksisterende public service kanaler.

Målet med at gennemføre en offentlig evaluering må være, at det skal tjene til at styrke den demokratiske indflydelse og feed back til medierne uden at tilside-sætte institutionernes uafhængighed samt medvirke til at sikre en fortsat politisk og folkelig opbakning om institutionernes virksomhed.

Man kan i øvrigt forestille sig flere modeller for en evalueringsvirksomhed:

- a) Et uafhængigt råd eller nævn som nedsættes til at overvåge, at programforpligtelserne overholdes.
- b) De enkelte virksomheder udarbejder årligt detaljerede målsætninger for virksomheden - et "public service budget" - og offentliggør hvert år redegørelser, som ræsonnerer over, hvordan disse målsætninger er opfyldt, idet der udarbejdes et "public service regnskab", som bl.a. redegør for programsammensætning og publikumssammensætning og -vurdering samt den økonomiske allokering i forhold til forskellige dele af programudbudet.

Model a) indebærer, at nævnet (hvis sammensætning må vær bred og sikres politisk uafgængighed) løbende skal vurdere, om institutionerne lever op til de lov- eller vedtægtsbestemte krav til programudbudet, og at det har mulighed for at fremlægge resultaterne af sine vurderinger over for regeringen i dennes egen- skab af opdragsgiver eller aftalepart og over for offentligheden til almindelig debat. På den ene side sikres, at der faktisk foregår en offentlig efterkritik af virksomheden. På den anden side er der en risiko for politisering af nævnets arbejde, som vil skade institutionernes uafhængighed.

Model b) indebærer, at institutionerne selv definerer deres målsætninger for, hvordan de vil leve op til kravene i det konkrete programudbud og efterfølgende fremlægger, hvorledes man har klarer at leve op til disse målsætninger. Denne udvidede offentlige regnskabsaflæggelse vil derefter alene være udleveret til almindelig offentlig debat om, hvorvidt målene er opfyldt på en rimelig måde. Et sådant system vil på den ene side være et velegnet instrument til en konstruktiv dialog mellem institutionerne og brugerne/offentligheden. På den anden side sikrer systemet ikke i sig selv, at en sådan debat føres, eller om den får konsekvenser for institutionerne.

2.5 Forudsætningerne for public service i et fremtidigt medielandskab

Set ud fra en demokratisk synsvinkel er der ikke tvivl om, at der er behov for også i fremtiden at sikre et samfundsmæssigt tilbud til befolkningen, som har karakter af public service medier, der på de elektroniske mediers område kan garantere et alsidigt og varieret udbud af information, debat, underholdning og kunst, som tager udgangspunkt i danske traditioner, sprog og kultur.

Der er næppe heller tvivl om, at et multikanal-system ikke *i sig selv* kan garantere, at borgerne får adgang til et bredt og alsidigt udbud af informationer, som vil være uafhængige af politiske og økonomiske særinteresser, medmindre dette er sikret gennem en fortsat opretholdelse af et public service system.

Et moderne public service begreb må derfor tage udgangspunkt i kernen i begrebet nemlig *programudbudet* i de pågældende kanaler og den *aftale* mellem staten og den eller de pågældende institutioner som fastlægger *kravene* til dette programudbud. Andre mere almene krav kan opstilles som målsætninger for, hvordan det samlede elektroniske mediesystem bør indrettes. Disse krav omfatter eksempelvis:

- fremme af ytringsfriheden,
- fremme af informationsfriheden,
- støtte til det nationale sprog,
- støtte til produktion af national kunst,
- støtte til social integration,

- støtte til den nationale elektroniske industri (såvel teknologiproduktion som programproduktion), og
- støtte til beskæftigelsen i almindelighed.

Kernen i en moderne public service definition er dermed den aftale eller kontrakt mellem en institution og statsmagten, hvorved institutionen pålægges bestemte krav til programudbudet (alsidighed, mangfoldighed, kvalitet) og samtidigt gives visse privilegier i form af adgang til et sendenet og evt. forskellige økonomiske privilegier (f.eks. i form af licens, andre offentlige tilskud, særlige rettigheder mht. at sende reklame mv.).

Afgørende for, om man vil kalde en given institution for en public service institution må være, hvor omfattende de pågældende programforpligtelser er formuleret, og om der er vilje fra myndighedernes side til at sikre disse forpligtelser overholdt, samt om de tildelte privilegier er af en sådan art, at de kan garantere den økonomi, der kræves, for at leve op til kravene.

En public service virksomhed kan følgende *ikke* defineres på grundlag af:

- ***En bestemt form for ejerskab***
Der kan være tale om en offentligt ejet virksomhed, en selvejende institution eller et aktieselskab med eller uden private ejere. Dog kan der som tidligere nævnt være forhold omkring ejerformen og de økonomiske rammer og potentialer for driften, som, specielt i små lande som de nordiske, kan være svært forenelige med at indfri omfattende programforpligtelser jf. erfaringerne med TV 2 i Norge og TV 4 i Sverige.
- ***En bestemt finansieringsmåde***
Der kan være tale om ren licensfinansiering, reklamefinansiering eller blandingsfinansiering mellem licens, reklame og sponsoring. Det afgørende for valg af finansieringsform er imidlertid, at der sikres tilstrækkelige ressourcer til at leve op til de programforpligtelser som afkræves institutionen jf. ovenstående.
- ***En bestemt måde at organisere virksomheden på***
Der kan være tale om en enhedsinstitution med både radio og tv, en ren tv- eller radioinstitution, som råder over en eller flere kanaler, og der kan være tale om institutioner, som selv producerer det meste programstof eller virksomheder, som lægger en del af produktionen ud i entreprise hos uafhængige producenter. Om man vælger at stille bestemte organisatoriske krav til den pågældende institution må bero på en afvejning af, hvilke målsætninger der skal gælde for det samlede mediesystem, og hvordan de bedst tilgodeses (f.eks. større mangfoldighed, valgmuligheder etc.).
- ***Om institutionen driver anden virksomhed end public service udsendelsesvirksomhed***
Det kan dreje sig om betalings-tv, salg eller udlejning af video, drift af biograf, produktion og salg af plader og multimedieprodukter. Det bør dog

være en forudsætning, at der findes en skarp økonomisk adskillelse mellem disse aktiviteter og public service virksomheden.

- ***Omfanget af public access-muligheder***
Public service forpligtelserne gælder i forhold til det samlede programudbud og derfor må det være institutionens ret at afgøre, hvordan enkelte elementer i programudbudet skal tilvejebringes. Som tidligere nævnt er lokalmedierne i Danmark således *ikke* public service.
- ***Enkelte elementer i det totale udbud***
Der er således ikke tale om at bestemte genrer er "mere" public service end andre. Det er kravene til alsidigheden i det totale udbud, der er public service.
- ***Sammensætningen af det totale udbud i sig selv***
Det er således ikke afgørende om en bestemt udsendelsesvirksomhed - på frivillig basis - udviser karakteristika, som mangfoldighed og alsidighed, som normalt forbindes med public service. Det afgørende er kravene til det samlede udbud, kontrakten. Kravene eller kontrakten er samfundets garanti for, at public service udbudet fortsætter over tid.

Denne afgrænsning af public service begrebet i forhold til almene målsætninger for mediesystemets helhed udelukker ikke, som tidligere antydnet, at der stilles krav til en public service institution, som efter denne definition ikke er omfattet af public service begrebet. Dette er i så fald ekstra krav, som stilles for at opnå bestemte medie- og kulturpolitiske mål for det samlede mediesystem. Dette skal ses i sammenhæng med, at kravene til det samlede mediesystem *ikke umiddelbart* kan pålægges de enkelte aktører. Eksempelvis kan nævnes krav om en bestemt andel af entreprisproduktioner i udbudet og krav om at drive et eller flere orkestre.

Et fremtidigt grundlag for public service virksomhed må således tage sit udgangspunkt i *det indholdsmæssige, i udbudet til seere og lyttere* og ikke i bestemte organisationer eller i bestemte styreformer eller finansieringsformer.

Udgangspunktet må være, at udbudet skal tjene *almenheden*, dvs. der skal sikres et udbud *til* borgerne og ikke f. eks. *fra* offentligheden eller statsapparatet til borgerne. Dette forudsætter, at der er tale om et udbud, som er mangfoldigt og alsidigt, og som tilgodeser både bredden og de særlige interesser.

Public service udsendelsesvirksomheden skal være en ramme for udfoldelse af ytringsfrihed, og virksomheden skal stræbe efter informationsfrihed, dvs. tilgode borgernes legitime krav på at få adgang til alle relevante informationer.

Følgende hensyn bør tilgodeses i de krav, der stilles til programvirksomheden i de institutioner, som driver public service virksomhed:

1. Uafhængighed i programvirksomheden af økonomiske og politiske særinteresser.

2. Alsidighed, kvalitet og mangfoldighed i programudbudet.
3. Relevans, pålidelighed og upartiskhed i nyhedsformidlingen.
4. Sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat.
5. Sikre befolkningen adgang til national kultur og kunst.
6. Programmerne bør kunne modtages af hele befolkningen, som bør sikres de teknisk bedst egnede og billigste modtageforhold.

Forudsætningerne for at kravene til et udbud, der tjener almenheden, kan indfries er:

- at det sikres, at der findes tilstrækkelige økonomiske, menneskelige og professionelle ressourcer til rådighed for at muliggøre en kvalitetspræget original dansk produktion af programmer (herunder dramatik og børneprogrammer),
- at virksomheden foregår ud fra en journalistisk og programmæssig etik, der ikke tillader pression fra økonomiske og politiske interesser, og
- at der gives så store frihedsgrader, at det giver virksomhederne mulighed for at agere i forhold til markedet inden for de rammer, som de opstillede målsætninger for programvirksomheden angiver.

Om disse krav og vilkår skal gælde én eller flere virksomheder med én eller flere kanaler i ét eller begge medier, bør vurderes ud fra overordnede mediepolitiske målsætninger og blandt andet afhænge af, om dette vurderes at ville styrke eller svække forudsætningerne for en bred og varieret public service programvirksomhed.

3. Udbud og forbrug af tv og radio

3.1 Indledning

Dette kapitel behandler udviklingen i udbudet af tv og radio, som danskerne har mulighed for at modtage. Det gælder såvel udviklingen i antallet af programkanaler som udviklingen i programfladen.

Desuden redegøres der for udviklingen med hensyn til forbruget af tv og radio. Antallet af radio- og tv-apparater har været stadig stigende i de senere år. TV-seningen er også vokset, mens radio-lytningen har været mere konstant.

3.2 Udbudet af tv

I 1980'erne lå antallet af sendetimer fra DR på ca. 3.000 timer om året med en svagt stigende tendens. Med tilkomsten af lokal-tv og fra 1988 TV 2 voksede udbudet af dansk tv til ca. det dobbelte. Siden er også TV3 kommet til som dansk programkanal,⁸ således at antallet af sendetimer med dansk tv nu kan anslås til mere end 12.000 timer om året.⁹

Med hensyn til sendetidens fordeling på programtyper¹⁰ havde DR gennem 1980'erne i store træk den samme fordeling fra år til år, dog med flere sportsudsendelser i OL-årene. De største andele havde udenlandsk dramatik og kultur med gennemsnitligt 22% og 20% af sendetiden. Siden 1989 er fordelingen af DR-TVs sendeflade kun undergået mindre ændringer. Der er sket en lille reduktion i kulturprogrammernes andel, nemlig fra ca. 20% til 16% og små stigninger i nyhedernes andel (fra 10% til 12%) og både dansk dramatik (fra 4% til 7%) og udenlandsk dramatik (fra 22% til knap 24%). Samtidig er sendetiden øget med ca. 10%.

⁸ I juridisk forstand er TV3 ikke en dansk tv-station. TV3 er hjemmehørende i Storbritannien og er underlagt den britiske lovgivning. Stationen sender via satellit og kan modtages i Danmark. Da programfladen er tilrettelagt med henblik på det danske marked, betragtes TV3 i dette kapitel som en del af det danske tv-udbud.

⁹ Kilden til oplysningerne i dette kapitel er, hvis ikke andet er angivet, Ole E. Andersen, Medieudbud og medieforbrug i Danmark 1983-1994, Medieudvalget 1995.

¹⁰ De forskellige programtyper på tv er nærmere defineret i bilag 10.

Tabel 2 viser, hvordan programfladerne er sammensat på de største danske programkanaler.

Tabel 2

Sendetid fordelt på programtype 1994								
	DR		TV 2		TV3		Kanal Danmark	
Kategorier	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
Nyheder	415	12	336	10	87	2	411	13
Aktualitet og debat	453	13	451	13	76	2	44	1
Oplysning og kultur	681	19	315	9	241	6	87	3
Undervisning	69	2	3	0	0	0	0	0
Musik	188	5	109	3	4	0	40	1
Underholdning	171	5	351	10	238	5	705	22
Dramatik og fiktion	1.116	31	1.344	40	3.496	80	1.313	41
Sport	487	13	306	9	231	5	0	0
Regional-tv	-	-	155	5	-	-	-	-
Diverse	-	-	-	-	-	-	613	19
Ialt	3.580	100	3.370	99	4.370	100	3.213	100

Kilde: Gallup TV-Meter. Det bemærkes, at regionernes sendetid er opgjort som 155 timer pr. region, svarende til 4% af TV 2s samlede sendeflade. Det bemærkes endvidere, at Kanal Danmark-stationerne er opført under ét. For Kanal Danmarks vedkommende er der en "diverse" kategori, som for de øvrige tv-stationer vedkommende er fordelt på de øvrige kategorier. Tallene for Kanal Danmark kan således ikke umiddelbart sammenlignes med de andre stationers tal.

Som det ses af tabellen, har DR den største andel sendetimer til oplysning og kultur (19%) og den mindste andel af dramatik og fiktion (31%). TV 2s fordeling er ikke så forskellig fra DRs, men der er en mindre andel af oplysning og kultur (9%) og tilsvarende mere dramatik og fiktion (40%). TV3 adskiller sig markant fra de to *public service* stationer med hele 80% af sendefladen anvendt til dramatik og fiktion.

Den kategori af programmer, som er vokset stærkest med tilkomsten af TV 2 og - især - TV3 er altså dramatik og fiktion. Stigningen har været kraftigst med hensyn til udenlandsk dramatik og fiktion, men også udbudet af dansk dramatik og fiktion er steget i de sidste 10 år.

Tallene for Kanal Danmark kan ikke uden videre sammenlignes med de øvrige stationers tal, jf. tabelteksten. Der findes ikke tilsvarende opgørelser af fordelingen på programkategorier for de øvrige lokale tv-stationer. Generelt kan man sige, at stationer med mere end 15 timers sendetid er kommercielle nyheds- og underholdningsstationer, mens de mindre stationer har præg af at være græsrodsstationer med vægt på f.eks. religiøse programmer samt lokal debat og kultur.¹¹

Endelig er der i de seneste år kommet enkelte nye danske satellit- og kabelstationer til. DK 4 er en kabelfødt tv-kanal, som sender programmer inden for oplysning og kultur samt aktualitet og debat. ZTV og TV6 er satellitkanaler. Ligesom TV3 ejes de af det svenske selskab Kinnevik, men de henvender sig til et mere "smalt" publikum end TV3.

3.3 Udbudet af radio

Udbudet af danske radioprogrammer kommer fra DR med 3 landsdækkende programkanaler og fra ca. 300 lokale radioer. En del af sendetiden inddeler DR en af sine programkanaler (P2) i 9 regionale programkanaler, og der kan således siges at være både national, regional og lokal radio i Danmark.

Igennem de sidste 10 år har DR forøget sendetiden på sine tre programkanaler med over 30% til ca. 60 timer i døgnet. Den største andel af sendetiden har igennem hele perioden været på P3, hvor der i dag sendes døgnet rundt. Regionalradioernes andel er steget fra gennemsnitligt 20 minutter pr. dag i 1983 til godt tre timer i 1994.¹²

Som nævnt er der omkring 300 lokale radioer. Med hensyn til programindhold og sendeområde er der store forskelle. Som den ene yderlighed kan nævnes den kommercielle Radio Viborg, der dækker 10 kommuner med nyheder, sport, service og populær musik døgnet rundt. I den anden ende af spektret er der græsrodsradioer med få timers sendetid om ugen. Det gennemsnitlige antal sendetimer for en lokalradio er ca. 35 timer om ugen.¹³

¹¹ Kilde: Ole E. Andersen, *Medieudbud og medieforbrug i Danmark 1983-1994*, Medieudvalget 1995.

¹² Op.cit.

¹³ Op.cit.

3.4 Forbruget af tv

Tabel 3 viser, hvor mange husstande i Danmark, der har farve-tv, sort/hvid tv, video m.v. Det fremgår bl.a. af tabellen, at 98 % af Danmarks ca. 2,3 mio. husstande har fjernsyn.

Tabel 3

Tv-apparater m.v. i husstande 1994		
	Antal (x 1.000)	%
<i>Antal husstande</i>	2.339	100
<i>Husstande med farve-tv</i>	2.256	96
<i>Husstande med s/h-tv</i>	43	2
<i>Husstande med 2 eller flere tv</i>	739	32
<i>Husstande med video</i>	1.429	61
<i>Husstande med tekst-tv</i>	1.419	61

Kilde: Årsrapport for 1994, Gallup tv-meter

Igennem 1980'erne lå forbruget af tv i Danmark meget stabilt på ca. 1,5 time om dagen. Analyser fra DR viser, at tv-seningen til DR og TV 2 steg med ca. 1 time om ugen, efter at TV 2 kom i gang. De første tal om tv-sening af udenlandsk tv fra 1990 viser ca. 12 minutter pr. dag pr. voksen. Fra 1992 ændredes indsamlingsmetoden til elektroniske og automatisk registrerende tv-metre. Disse målinger må betragtes som mere sikre end de tidligere opgørelser, men er på grund af de forskellige metoder ikke sammenlignelige med disse.

Tabel 4 viser tv-stationernes andele af seertiden fra 1992 til første halvår af 1995.

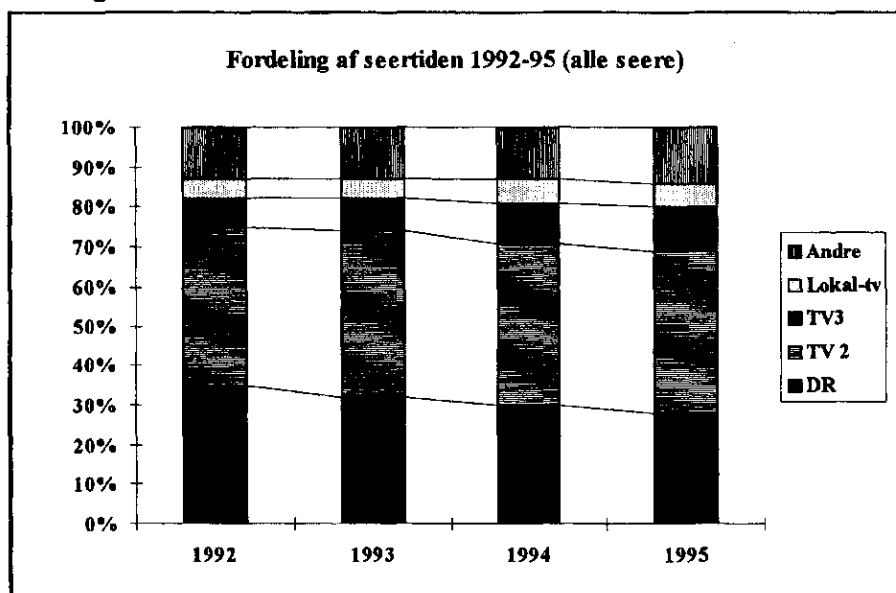
Tabel 4

Tv-stationernes andele af seertiden 1992-1995 (%)								
Tv-station	Alle seere				Kan modtage TV3			
	1992	1993	1994	1995	1992	1993	1994	1995
<i>DR</i>	35	32	30	28	29	26	25	23
<i>TV 2</i>	40	42	41	41	33	35	34	34
<i>TV3</i>	7	8	10	11	14	16	17	18
<i>Lokal-tv ialt</i>	5	5	6	6	5	4	6	6
<i>Andre</i>	13	13	13	14	20	19	18	19
<i>Ialt</i>	100	100	100	100	101	100	100	100

Kilde: Gallup TV-Meter. Det bemærkes, at tallene for 1995 dækker første halvår.

I 1994 så hver dansker tv i 2 timer og 36 minutter om dagen i gennemsnit. Tv-forbruget er svagt stigende. I 1992 var gennemsnittet 2 timer og 25 minutter. Med hensyn til fordelingen mellem tv-stationer fremgår det af tabel 4, at DR og TV 2 tilsammen har mistet 6% af markedet siden 1992. Dette hænger især sammen med TV3s fremgang. Det bemærkes, at TV3, som sendes via satellit, ikke kan modtages i samtlige husstande. Som tabellen viser, er TV3s andel højere blandt de husstande, som kan modtage stationen (57%) end blandt alle tv-husstandene. Med den vækst i antallet af husstande, som kan modtage satellit-tv, må TV3 og andre satellit-kanaler allerede ad den vej forventes at få større andele af den samlede sening, jf. kap. 4.11.

Figur 2



3.5 Forbruget af radio

Det anslås, at der i Danmark er 8,6 mio. radioapparater.¹⁴ Det svarer til over 3,5 radioapparat pr. husstand. 83% af husstandene har et stationært stereoanlæg, i ca. 45% findes en stor transportabel radio (ghetto-blaster), og halvdelen af husstandene har en walk-man. I over 90% af bilerne i Danmark er der en radio.

¹⁴ Oplysningerne i dette afsnit har Lytterundersøgelse 1994, Radioens Medieforskning, DR 1995, som kilde.

Interessen for udenlandsk radio i Danmark er mere begrænset end interessen for udenlandsk tv. På hverdage lytter kun omkring 4 % af befolkningen, hovedsageligt i det sønderjyske område, til udenlandsk radio.

DRs andel af den samlede radiolytning er ca. 80 %, mens ca. 20 % går til lokalradioerne. Hvis man ser på DRs enkelte programkanaler, er de 80 % fordelt på ca. 7 % til P1, ca. 34 % til P2 med de regionale programmer og ca. 40 % til P3.

4. Teknisk og juridisk baggrund

4.1 Indledning

Dette kapitel beskriver den tekniske og juridiske baggrund for radio og tv i Danmark. Der gives en beskrivelse af udbredelsen af de forskellige teknikker til at modtage radio og tv. Endvidere beskrives den teknologiske udvikling med hensyn til digitalisering og de mediepolitiske valg, som samfundet herved stilles over for.

Da de juridiske vilkår for de elektroniske medier er tæt forbundet med de tekniske muligheder og begrænsninger, er disse emner beskrevet samlet. Af kapitlet vil det fremgå, at der videre fra denne tætte sammenhæng mellem de tekniske og juridiske aspekter er en tæt sammenhæng til de mediepolitiske handlemuligheder.

4.2 Tv-teknisk oversigt

4.2.1 Modtagning af fjernsyn

Af danmarks ialt ca. 2,3 mio. husstande er ca. 1,3 mio. kr. tilknyttet et fællesantenneanlæg. Yderligere ca. 300.000 husstande passerer af et fællesantenneanlæg og har således umiddelbart mulighed for at blive tilsluttet.

De husstande (ca. 1 mio.) med fjernsyn, som ikke er tilsluttet fællesantenneanlæg, modtager signalerne via enten indendørs antenne, en udvendigt anbragt tagantenne eller en parabol-antenne (DTH).

Ved hjælp af de indendørs og taganbragte UHF- og VHF-antenner kan husstandene modtage DR-TV, TV 2 og lokalt tv (hvis der er lokalt tv i det pågældende område). Desuden kan man mange steder modtage tysk og/eller svensk tv.

Med hensyn til lokal-tv er modtageforholdene dog ikke så gode som modtageforholdene for DR- og TV 2-programmerne. Antallet af frekvenser til lokal-tv-formål er stærkt begrænset og af hensyn til anvendelsen af de samme frekvenser, bl.a. i nabolandene, er det nødvendigt at sende med en ret begrænset sendestyrke. Af samme grund skal lokal-tv-senderne anvende såkaldt "lodret" polarisation. Det betyder, at programmet ikke kan modtages med samme antenne, som bruges til modtagelse af DR eller TV 2.

De fleste danske parabol-antennener er rettet mod Astra, hvorfra en stor del af de attraktive programmer sendes, herunder TV3 indtil årsskiftet 1995/96.

En række tv-programmer kan modtages uden brug af særlige dekodere, men flere og flere satellit-sendte tv-programmer bliver krypterede. TV-selskaberne bruger krypteringen til at begrænse målgruppen eller den geografiske udbredelse og til at opkræve betaling fra seerne. Sådanne lavpris-tv-programmer vil oftest blive dekodet i fællesantenneanlæggets hovedstation eller i telenettets monopol-del, hvorefter programmet fordeles til de tilsluttede husstande.

De såkaldte højpris- eller egentlige betalings-kanaler baseres på et abonnements-forhold direkte mellem aftageren og programleverandøren/dekoderselskabet. Dette forudsætter, at dekodning sker i den enkelte husstand. Eventuelt kræver dekodning et såkaldt smart-card, der kan indsættes i dekoderen med henblik på dekodning af et nærmere angivet program eller programpakke.

4.2.2 TV-standarder

DR, TV 2 og lokale tv-stationer sender i dag i farver i PAL-systemet. Det er en videreudvikling af det sort/hvide system, der går tilbage til 1950'erne. Der har altså hele tiden været kompatibilitet mellem de to systemer. Det vil sige, at S/H modtagere har vist billede også under farveudsendelser og omvendt.

PAL-systemet er et analogt system, som både kan sendes over jordbaserede sendere, via kabel og over satellit¹⁵.

De senere års megen tale om et egentligt HDTV-system (med høj opløsning i billedet) er i øjeblikket forstummet. Der er flere årsager hertil. Det kommende digitale system med 625 linjer på skærmen (samme antal som PAL) kan give en opløsning, der fuldt ud svarer til, hvad man kan gengive med dagens teknik (traditionelle billedrør). De flade billedskærme med en bredde på ca. 150 cm, som er nødvendige for at udnytte HDTV-systemet fuldt ud, kan endnu ikke massefremstilles. Det skal også nævnes, at det kommende digitale 625 linjers system indgår i en "familie" af kompatible systemer, der både kan udvides til et HDTV-niveau (med det dobbelte linjeantal) eller kan deles op i flere kanaler med ringere billedkvalitet (men stadig med 625 linjer).

¹⁵ I Tyskland er udviklet en variant af PAL-standarden, benævnt PAL-plus. Denne standard muliggør udsendelse af tv-billeder i 16:9-formatet over det jordbaserede sendernet og er beregnet for nye tv-modtagere med dette skærmformat. Samtidig kan PAL-plus udsendelserne også ses på almindelige 4:3-format tv-apparater. Billederne vises i så fald i det såkaldte "brevkasse-format", dvs. med et sort bånd foroven og forneden i billedet.

De nordiske radiofonier har i enighed taget afstand fra PAL-plus-systemet, fordi det af tekniske årsager ikke kan overføre undertekster, og fordi man i stedet ønsker at fremme indførelsen af digitalt fjernsyn.

4.2.3 Kryptering (betalingskodning)

Den proces, en operatør af betalings-tv lader tv-signalet gennemgå, inden det udsendes, og som bevirker, at signalet ikke uden videre kan gengives af et almindeligt tv-apparat, kaldes kryptering.

Dekoderen er betegnelsen for det apparat, der omsætter det krypterede signal til et tv-signal, der kan gengives af et almindeligt tv-apparat. Dekoderen er normalt placeret hos den enkelte seer, men kan i fællesantenneanlæg være anbragt centralt i anlæggets hovedstation (*head end*), hvis der er truffet aftale om levering af programmet til alle husstande under det pågældende anlæg.

Det system, operatøren anvender til at åbne og lukke for den enkelte seers deko-der - afhængigt af om der er betalt for tjenesten - kaldes adgangsstyringssystemet (*conditional access system*).

Kryptering af tv-signaler har været anvendt i stigende omfang siden midten af 1980'erne. Kryptering kan have forskellige formål, f.eks. at begrænse den geografiske udbredelse af tv-programmet, at begrænse målgruppen og at opkræve betaling fra seerne.

Til illustration af krypteringens udbredelse kan det oplyses, at i 1994 var 28 ud af Astra's 50 tv-kanaler krypterede.

Der anvendes en halv snes forskellige krypteringssystemer i Europa. Årsagen hertil er primært operatørernes ønske om at binde seerne til sig gennem anvendelsen af krypteringssystemer, der er indbyrdes inkompatible. For den enkelte seer vil der være betydelige udgifter foruden en række praktiske problemer ved at skulle installere flere forskellige dekodere.

4.2.4 DRs og TV 2s sendernet

Danmarks Radios tv-programmer udsendes over 11 hovedsendere og 24 hjælpe-sendere. To af hovedsenderne (Hove og Tolne) sender på UHF (et frekvensbånd, der betegnes som *Ultra High Frequency*), mens de resterende hovedsendere sender på VHF (*Very High Frequency*).

TV 2s programmer udsendes over 16 hovedsendere og 21 hjælpesendere. Alle TV 2-sendere sender på UHF og er placeret, så der kan sendes regionale ud-sendelser i 8 regioner.

For både DR-TVs og TV 2s vedkommende er der tale om praktisk taget lands-dækning¹⁶. I Københavnsområdet og i hovedparten af Nordsjælland er der for DR-TVs vedkommende tale om en betydelig overlapning i dækningen fra sender-ne i hhv. Hove og København (Gladsaxe).

¹⁶ Det forudsættes, at der ved modtagelsen benyttes en passende, udvendigt monteret retningsantenne.

Ud over frekvenserne til DR-TV og TV 2 er der reserveret et landsdækkende sæt frekvenser til yderligere tv-udsendelse i UHF-båndet, jf. kap. 4.9.4. Sendernettet til denne tredje kanal vil skulle etableres under anvendelse af de allerede eksisterende TV 2-sendemaster og -antennner. Der skal således kun foretages bygningsmæssige udvidelser, anskaffes sendere samt etableres fremføring af programmerne fra studiet til senderne.

Danmarks Radio fik som led i licensforliget i 1989 rådighed over og har siden anvendt de ledige UHF-sendemuligheder i Hove (København) og i Tolne (Vendsyssel).

De regionale tv-programmer udsendes i dag over de regionalt placerede TV 2-sendere. Der samsendes med TV 2/Danmark i visse programmer, hvor man i et landsprogram binder de otte regionale studier sammen og løbende under programmet stiller om til de forskellige studier.

4.3. Radioteknisk oversigt

4.3.1 Tekniske forudsætninger

Radio kan sendes fra jordbaserede sendere, i kabel og fra satellit. Kun den første metode indebærer, at radio kan modtages overalt, f.eks. i hjemmet, i bilen og i naturen. En stor del af radiolytningen foregår ved hjælp af mobile modtagere, som modtager signaler fra jordbaserede sendere.

Hovedparten af udsendelsesvirksomheden foregår i FM-båndet, hvor de tre landsprogrammer udsendes i stereo over 13 hovedsendere og to hjælpesendere. Udsendelserne på P2 opdeles i perioder i ni regionale sendeflader. FM-sendernettet giver praktisk taget 100 % dækning af Danmark samt omgivende farvande.

FM giver under gode modtageforhold en udmærket kvalitet, men dårlige antenneforhold bevirker en støjfyldt modtagelse af radioprogrammerne. Ved mobil modtagelse er generende forvrængning almindeligt forekommende, hovedsageligt som følge af refleksioner fra f.eks. bygninger.

Mellembølge (MB) og langbølge (LB) er de oprindelige udsendelsesformer, som stadig sendes fra Kalundborg Radio. På LB sendes P1, og på MB sendes P2 og P3. Kvaliteten er væsentligt ringere end FM, men rækkevidden er mange gange større. Hvor 15 FM-sendere er nødvendige for at dække Danmark, når én MB/LB-senders signaler ned i Mellemeuropa og over Nordsøen.

Mellembølge og langbølge anses ifølge Telestyrelsen ikke for egnede til yderligere landsdækkende radiovirksomhed. Årsagerne hertil er blandt andet, at der er meget begrænsede frekvensressourcer, samt at den tekniske kvalitet af udsendelserne vil være begrænset på grund af forstyrrelser fra andre europæiske

stationer på samme frekvens og nabofrekvenser. Udsendelser på kortbølge er af en række tekniske årsager uegnet til national dækning.

MB/LB udsendelserne, som typisk aflyttes af danske i udlandet, vil med tiden principielt kunne erstattes af digital satellitradio (S-DAB, Satellite-Digital Audio Broadcast). Omkostningsniveauet er sammenligneligt med hensyn til transmission, samtidigt med at kvaliteten vil være perfekt og rækkevidden udstrækkes til hele Europa.

Lokal radio udsendes over FM. På grund af ordningens forudsætning om at give mulighed for lokal radiovirksomhed i samtlige kommuner er det nødvendigt at bruge de samme frekvenser flere steder. For at undgå forstyrrelser er sendestyrken derfor begrænset til 30 W. Med denne sendestyrke kan en lokal radiosender modtages i en radius på 7-10 km, afhængigt af de lokale forhold. Dette er i mange tilfælde tilstrækkeligt til at dække det pågældende sendeområde, men i andre tilfælde kan det være vanskeligt for lokalradioen at dække sendeområdet tilfredsstillende.

4.3.2 Udvikling

Ud over frekvenser til de landsdækkende FM-senderne for P1, P2 og P3 er der yderligere et sæt frekvenser reserveret til en fjerde landsdækkende radioprogramkanal i FM-båndet, ("den fjerde radiokanal"). Den fjerde radiokanal vil skulle anvende samme master som de nuværende tredje landsdækkende programkanaler. Ifølge oplysninger fra Tele Danmark kan sendernet til den fjerde radiokanal etableres ved at foretage en udvidelse af det bestående sendernet. De samlede tekniske anlægs- og driftsomkostninger kan anslås til ca. 10 mio. kr. om året.¹⁷

4.4 TV-Direktivet

EUs direktiv om tv (89/552/EØF) fastsætter en række minimumsregler for tv-virksomhed. Det vil sige, at medlemsstaterne selv kan indføre strengere eller mere detaljerede bestemmelser på direktivets område. Dette har f.eks. Danmark benyttet sig af for reklamereglernes vedkommende.

Det er dette direktiv, som danner grundlag for at afgøre, hvilket lands regelsæt en tv-station skal følge. Direktivet fastslår, at medlemsstaterne skal sikre, at alle

¹⁷ Ifølge Tele Danmark og Telestyrelsen omfatter betalingen anslåede kapitalomkostninger vedr. anskaffelse og drift af nødvendige nye tekniske anlæg samt skønnet andel i fællesomkostningerne vedr. de bestående anlæg (jord, huse, master, antenner etc.). Endvidere er medtaget de skønnede årlige omkostninger ved fremføring af programmerne fra ét centralt studie. Kapitalomkostningerne er baseret på en afdragsperiode på 10 år, hvorefter denne del af udgifterne bortfalder. Andelen i fællesomkostningerne tilbageføres til den, der oprindeligt har ladet det enkelte anlæg opføre, dvs. enten DR eller TV 2. Der er i øvrigt gået ud fra den nu gældende model, hvorefter nyanlæg foretages af Tele Danmark og afregnes til kostpris med tillæg til dækning af administrationsudgifter.

udsendelser fra tv-stationer, som hører under medlemsstatens myndighed, er i overensstemmelse med lovgivningen i den pågældende medlemsstat. Dette gælder, uanset om tv-stationens udsendelser er rettet mod et andet land. Således er TV3, som er hjemmehørende i Storbritannien, men som sender til et dansk publikum, underlagt den britiske tv-lovgivning - ikke den danske.

Direktivet indeholder nogle såkaldte "kvote-bestemmelser" vedrørende andelen af europæiske tv-programmer i programfladen. Således skal medlemsstaterne, "når det er muligt", drage omsorg for, at tv-stationerne afsætter over halvdelen af den sendetid, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, quiz-programmer, reklame og tekst-tv, til europæiske programmer.

Endvidere skal medlemsstaterne, "når det er muligt", sørge for, at tv-stationerne afsætter mindst 10% af den sendetid, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, quiz-shows, reklame og tekst-tv, til europæiske programmer fremstillet af uafhængige producenter.

Med hensyn til reklameregler indeholder bilag 8 en detaljeret sammenligning af direktivets minimumsregler og de skærpede danske regler. Blandt de vigtigste forskelle kan dog nævnes, at reklamer efter direktivet må udgøre 15% af den daglige sendetid eksklusive "tv-shop". I Danmark må reklamerne udgøre 10% af sendetiden inklusive "tv-shop". Direktivet tillader, at programmerne afbrydes af reklamer efter visse regler ("breaks"). I Danmark må programmer ikke afbrydes af reklamer. Endelig kan det nævnes, at direktivet tillader reklamer for alkoholholdige drikkevarer efter visse regler. De danske regler tillader ikke reklamer for øl (bortset fra lyst øl), vin og spiritus.

4.5 Landsdækkende radio- og tv-virksomheder

4.5.1 DRs og TV 2s ledelse og organisation

Danmarks Radio er en selvstændig offentlig institution. Den ledes af en bestyrelse på 11 medlemmer. Formanden udpeges af kulturministeren og ni medlemmer udpeges af Folketinget. De fastansatte medarbejdere i DR udpeger ét medlem. Kulturministeren beskikker næstformanden blandt de medlemmer, der er udpeget af Folketinget.

Bestyrelsen er DRs øverste ledelse og ansætter generaldirektøren og øvrige medlemmer af direktionen. Generaldirektøren har det daglige programansvar og varetager den daglige administrative og økonomiske ledelse.

TV 2 er en selvejende institution. TV 2 ledes af en bestyrelse (den centrale bestyrelse) på ni medlemmer. Seks af medlemmerne udpeges af kulturministeren under hensyn til medlemmernes personlige kvalifikationer, således at den samlede bestyrelse repræsenterer mediemæssig, kulturel og ledelsesmæssig indsigt. Ministeren udpeger formand og næstformand. Medarbejderne i den

landsdækkende TV 2-virksomhed udpeger ét medlem til den centrale bestyrelse. De regionale bestyrelser udpeger i fællesskab blandt deres medlemmer to medlemmer til den centrale bestyrelse.

Den centrale bestyrelse har den overordnede ledelse af TV 2-virksomheden. Bestyrelsen ansætter den administrerende direktør og andre medlemmer af direktionen for den landsdækkende virksomhed. Den administrerende direktør har det daglige programansvar og varetager den daglige administrative og økonomiske ledelse vedrørende den landsdækkende virksomhed.

Folketingsmedlemmer kan ikke være medlemmer af DRs eller TV 2s bestyrelse.

Syv af de otte regionale TV 2-virksomheder er selvejende institutioner. Én (TV-SYD) er et lovfæstet aktieselskab.

En regional virksomhed ledes af en bestyrelse på 5-7 medlemmer, som vælges af det regionale repræsentantskab. Medlemmer af Folketinget, kommunalbestyrelser og amtsråd kan ikke være medlemmer af bestyrelsen. Repræsentantskabet sammensættes regionalt med en alsidig repræsentation for det regionale kultur- og samfundsliv. Bestyrelsen, der selv vælger sin formand, ansætter direktøren for den regionale TV 2-virksomhed.

Bestyrelsen for en regional TV 2-virksomhed har den overordnede ledelse af virksomheden og fastsætter inden for den godkendte budgetramme det årlige budget samt udarbejder årsregnskab. Kulturministeren fastsætter den samlede budgetramme for de otte regionale TV 2-virksomheder under ét, mens den centrale bestyrelse står for fordelingen af den samlede regionale budgetramme mellem de otte virksomheder. Direktøren har det daglige programansvar og varetager den daglige administration og økonomiske ledelse.

De regionale TV 2-virksomheder er principielt uafhængige af den centrale TV 2-bestyrelse og er alene bundet af bestemmelser i love og vedtægter. Den centrale bestyrelse er dog tillagt kompetence til indgåelse og opsigelse af kollektive overenskomster for de regionale TV 2-virksomheders medarbejdere samt fastlæggelse af tidspunktet for regionale udsendelser.

4.5.2 Programvirksomhed

DRs virksomhed omfatter både radio og tv, mens TV 2 er en ren tv-virksomhed.

DR og TV 2 har begge *public service* forpligtelser, jf. kap. 2. De er forpligtede til at sende programmer til hele befolkningen og til at dække alle programgenrer (nyheder, underholdning, oplysning osv.). Programudbudet skal have kvalitet, alsidighed og mangfoldighed, og informerende programmer skal være saglige og upartiske. Desuden skal der tages hensyn til minoriteter.

I TV 2 skal mindst halvdelen af programmerne være dansk eller nordisk produceret. Begrundelsen herfor er at sikre et stort udbud af danske (og nordiske) pro-

grammer som modvægt mod det internationale satellit-tv-udbud. Ifølge Kulturministeriet vil denne bestemmelse dog blive fjernet i en kommende bekendtgørelse om TV 2s vedtægter. I stedet vil tv-direktivets kvoteregler, jf. kap. 4.4, blive indført for TV 2 og for DR. Begge tv-stationer opfylder i forvejen disse kvotebestemmelser, og det vil derfor næppe få nogen praktisk betydning.

TV 2 skal selv producere nyheds- og aktualitetsprogrammer. Resten skal fortrinsvis købes i entreprise hos andre producenter. Dette skyldes både hensynet til at styrke det uafhængige produktionsmiljø og det politiske ønske om at gøre TV 2 til en mindre og mere smidig organisation end DR.

Det er ikke fastsat i lovgivningen, hvem der skal producere DRs programmer. DR producerer selv alle radioprogrammerne. På tv-området har institutionen hidtil selv produceret langt den største del af de danske programmer, men DRs bestyrelse har besluttet, at DR i større grad skal producere programmer i samarbejde med private producenter.

Ifølge loven om radio- og fjernsynsvirksomhed kan DR og TV 2 sende nye "kabelfødt" programmer. De to institutioner får herved mulighed for at levere f.eks. kodede film-kanaler på lige vilkår med andre medievirksomheder.

DR og TV 2 må endvidere sende deres jordbaseret udsendte tv-programmer via satellit. Endelig forventes der i efteråret 1995 vedtaget en lovændring, som giver DR og TV 2 en "uomtvistelig"¹⁸ hjemmel til at etablere nye satellitkanaler.

4.6 Lokale elektroniske medier

4.6.1 Baggrund

Efter nogle år med forsøgsordning indførtes den 1. april 1986 den permanente ordning for lokal radio. Hovedformålet var at udvide borgernes muligheder for at komme til orde og modtage informationer, underholdning m.v. i det lokale samfund. I 1987 blev der indført en permanent ordning for lokalt tv, som reelt blev omfattet af de samme regler som lokal radio.

Med hensyn til ordningens udformning valgte et enstemmigt Folketing en decentral struktur, som siden har været fastholdt. Begrundelsen var, at ordningens lokale karakter forudsatte et kendskab til forholdene i det lokale område.

På det lokale område er de tekniske vilkår mht. frekvensfordeling m.v. i særlig grad resultatet af den politiske målsætning, bl.a. om at der skal være mulighed for lokal radio- og tv-virksomhed i så mange lokalsamfund som muligt (for

¹⁸ Jf. regeringens aftale med SF af 20. januar 1995 om styrkelse af dansk *public service* tv.

lokalradios vedkommende er der mindst én sendemulighed i hver kommune), og derfor behandles de juridiske forhold her før de tekniske forhold.

Kritikken af den nuværende ordning har fra de idébetonede, lokale mediers side især koncentreret sig om de manglende offentlige støttemuligheder, mens de kommercielle stationer har peget på, at indførelsen af kommercielt kabelfødt tv vil betyde en sådan stigning i antallet af frekvenser, at restriktionerne på området - skabt for at beskytte TV 2 - og herunder forbudet mod netværk må bortfalde snarest. Disse restriktioner har samtidig betydet en økonomisk håndsrekning til TV3 og været en væsentlig hindring for en rentabel drift og en forøget egenproduktion i lokal-tv.

4.6.2 Juridiske forhold

Tilsyn

Det lokale radio- og tv-nævn, der er nedsat af kommunalbestyrelsen, udsteder tilladelser og fører tilsyn med stationernes virksomhed. Nævnet kan påtale overtrædelser af ordningen og inddrage tilladelsen.

De lokale radio- og tv-stationers kritik af den nuværende ordning har koncentreret sig om, at den politiske sammensætning af nævnene har betydet, at stationerne er vejet tilbage fra at udøve kritik af de lokale politiske beslutninger af frygt for at miste deres sendetilladelse.

Der er visse begrænsede muligheder for at klage over nævnenes afgørelser til *Udvalget vedr. Lokal Radio og TV*. Udvalget - der nedsættes af kulturministeren - består af fem medlemmer, der skal repræsentere juridisk, teknisk og mediemæssig sagkundskab. Det er ligeledes dette udvalg som bestemmer, hvordan frekvensmulighederne skal fordeles ud over landet. Udvalget afgør endvidere sager om såkaldt *netværk*, jf. nedenfor.

Ledelse, organisation mv.

Det er kun selskaber, foreninger og lignende, der kan få tilladelse til lokal radio- eller tv-virksomhed. Tilladelsen kan maksimalt gives for 3 år for radio og 5 år for tv.

Selskabet, foreningen el. lign. må ikke have andre formål end radio- eller fjernsynsvirksomhed. Erhvervsvirksomheder - bortset fra dagblade og distriktsblade - må ikke have bestemmende indflydelse. Det er dog ikke nærmere defineret i loven, hvad der forstås ved bestemmende indflydelse.

Flertallet af bestyrelsen i selskabet, foreningen el. lign. skal have bopæl i det område, tilladelsen vedrører.

Samme person kan ikke være medlem af bestyrelserne for mere end én lokal radio, henholdsvis tv-station, ligesom samme person heller ikke må være program-

ansvarlig for eller på anden måde deltage i ledelse af programvirksomheden på mere end én lokal radio, henholdsvis tv-station.

Kommuner har ret til at få tilladelse, hvis deres formål alene er at stille produktions- og sendefaciliteter til rådighed for interesserede borgere eller formidle kommunal information.

Finansieringen kan ske ved hjælp af reklamer, sponsorering og salg af sendetid, frivillige bidrag, spil m.m. Desuden kan lokale radioer søge om støtte fra en særlig pulje af Kulturministeriets tipsmidler.

Denne pulje udgør i finansåret 1995 7,5 mio. kr. Støtten skal enten have karakter af egentlig driftsstøtte eller være støtte til konkrete projekter. I begge tilfælde gælder, at stationerne hverken må have nævneværdige reklame- eller sponsorindtægter eller have ansat lønnede medarbejdere, bortset fra offentligt støttet arbejdskraft. Desuden skal stationen i sine programmer lægge vægt på lokal information og/eller debat eller imødekomme særlige interessegruppers behov.

I 1994 blev der indgivet 391 ansøgninger. Der blev i alt uddelt ca. 7,4 mio. kr., fordelt på 244 tilsagn.

Programvirksomheden

I ansøgninger om tilladelse skal der gives en beskrivelse af programvirksomheden, således at det lokale nævn kan påse, at programvirksomheden har tilknytning til det lokale område. Ved behandling af ansøgninger skal nævnet endvidere søge at sikre det enkelte lokale område en samlet programvirksomhed af alsidig karakter.

Tilladelsens indehaver skal endvidere udøve programvirksomheden selvstændigt. Det vil sige, at programvirksomheden ikke må omfatte programmer, der udsendes samtidigt af andre radio- eller fjernsynsforetagender. Endvidere gælder at programvirksomheden uanset en eventuel tidsforskydning, ikke må omfatte programmer, der udsendes af andre radio- eller fjernsynsforetagender i medfør af et fast samarbejdsforhold om programvirksomheden. Sådanne former for samarbejde betegnes almindeligvis som netværkssamarbejde. På området vedrørende lokal radio og tv er netværkssamarbejde således ikke tilladt.

Programvirksomheden er i øvrigt - med nedenfor nævnte undtagelser - underlagt nogenlunde de samme bestemmelser, som gælder for landsdækkende programvirksomhed. Undtagelserne gælder f.eks. lokalradioer, hvor reklamer må placeres overalt i sendefloden, og hvor der gerne må reklameres for lægemidler efter reglerne i lov om lægemidler.

Både på radioområdet og tv-området er der stationer, som profilerer sig under fælles navne. Det gælder f.eks. The Voice-radioerne, Radio Uptown, Classic Radio m.fl. på radioområdet, og det gælder Kanal Danmark på tv-området.

Blandt de større aktører på radioområdet kan nævnes det svenske selskab Kinnevik, der har relation til Classic-radioerne samt Nordisk Radio Reklame A/S, der fungerer som salgs- og produktionsselskab for Voice-radioerne. Nordisk Radio Reklame er bl.a. ejet af Broadcast Danmark A/S, der igen er ejet af Luxembourg-selskabet SBS (Scandinavian Broadcasting System).

På tv-området er der under navnet Kanal Danmark etableret et samarbejde mellem 13 stationer. To af disse stationers produktionsselskaber er ejet af fagbevægelsen, mens to andre ejes af fagbevægelsen og SBS i forening. På en enkelt station ejes produktionsselskabet af SBS alene. De fleste af Kanal Danmark-stationernes produktionsselskaber ejes dog af lokale personer, organisationer og virksomheder. Selve sendetilladelse indehaves hovedsageligt af fagbevægelsen samt lokale personer og foreninger.

Lokal-tv producerer dagligt mellem 40 minutters og 2 timer og 40 minutters lokale udsendelser svarende til et gennemsnit på 6-25 % af sendefladen, mens tallene for lokal radio er lidt højere.

4.6.3 Teknisk oversigt

Lokal radio

Alle lokalradiosendere sender på frekvenser i FM-båndet og er underlagt ens vilkår med hensyn til sendereffekt og maksimal antennehøjde.

Med den nuværende frekvensfordeling, der er fastsat af hensyn til lokalradio-ordningens målsætning om lokal tilknytning, opnås i praksis en rækkevidde på normalt 7 - 10 km, hvilket giver mulighed for at dække en kommune af gennemsnitlig størrelse.

Geografisk store kommuner har i nogle tilfælde kunnet tildeles ekstra sendemuligheder til forbedring af dækningen, ligesom det i mange tilfælde har været muligt at tildele ekstra sendemuligheder til brug for flere, samtidige sendeflader i et lokalt område.

Der er i dag ca. 250 lokale radioer i Danmark. Udgangspunktet for den gældende ordning på lokalradioområdet har været kommunerne som geografisk område, hvor ordningen administreres af lokale nævn, der omfatter én eller flere kommuner. En opgørelse i august 1995 viste, at der var lokal radiovirksomhed i 201 ud af 275 kommuner.

Opgørelsen viste endvidere, at der er frekvensmæssige muligheder for at udmelde yderligere knap 200 lokalradio-sendemuligheder, hvis der i øvrigt er behov for det. Der forudsættes herunder samme tekniske begrænsninger som for de eksisterende lokalradioer.

En nærmere analyse af materialet viser imidlertid, at langt hovedparten af de ledige sendemuligheder vedrører kommuner med under 20.000 indbyggere, dvs.

områder hvor de økonomiske vilkår for at overleve som lokalradio er små. Omvendt har der i københavnsområdet fra flere lokalradioer været udtrykt ønske om yderligere sendemuligheder med henblik på en bedre dækning. Ifølge Telestyrelsen har disse ønsker ikke kunnet opfyldes, da frekvensressourcerne i området er brugt op.

Det har været diskuteret, om den nuværende frekvensfordeling burde og kunne ændres til en model, der i højere grad skelnede mellem kommercielle og ikke-kommercielle radioers interesser. I den forbindelse har der været fremsat forslag om at dele radioerne i to "lag". Det ene lag skulle så bestå af et antal kommercielle radioer, som fik tilladelse til at anvende en betydelig større sendestyrke (3 kW). Derved kunne disse radioer sende til et betydeligt større område, end tilfældet er idag. Det andet lag skulle bestå af de øvrige lokalradioer, som evt. fik forbud mod at sende reklamer, men som ellers skulle virke under samme vilkår - f.eks. med hensyn til sendestyrke (30 W) - som idag.

I den anledning har frekvensmyndigheden, Telestyrelsen, analyseret de frekvensmæssige muligheder for en sådan to-lags model. Analysen er foretaget under to forskellige forudsætninger med hensyn til prioriteringen af sendemulighederne. Én analyse er baseret på, at det fortsat har første prioritet, at alle kommuner skal have mindst én sendemulighed. En anden analyse har haft som udgangspunkt, at første prioritet var, at de største handelsområder skulle have en 3 kW-sendemulighed, og at sendemulighederne til det andet lag derefter søgtes tilvejebragt så vidt muligt.

Den første analyse viste, at der sandsynligvis vil kunne etableres 25 3 kW-sendemuligheder.¹⁹ Det har indgået i forudsætningerne, at de kommuner, som i dag har mere end én sendeflade kunne risikere at miste disse sendeflader, og at der vil kunne foretages frekvensændringer i 30 W-laget for at skaffe sendemuligheder til 3 kW-laget.

Den anden analyse, hvor etableringen af 3 kW-laget havde første prioritet, viste, at der sandsynligvis vil kunne etableres en sendemulighed i 36 handelsdistrikter.²⁰ Analysen viste samtidig, at denne prioritering ville betyde mange ændringer for de radioer, som allerede sender idag, og som skulle fortsætte i 30 W-laget. Ca. 125 sendemuligheder i den eksisterende frekvensplan ville ikke længere kunne anvendes på grund af etableringen af 3 kW-laget. Af disse sende-

¹⁹ 3 kW-sendemuligheden kan med stor sikkerhed etableres i følgende byer: København (2 sendemuligheder), Esbjerg, Odense, Herning, Hillerød, Holstebro, Viborg. Endvidere kan der sandsynligvis etableres 3 kW-sendemulighed i følgende byer (evt. med visse begrænsninger): Helsingør, Horsens, Kolding, Randers, Vejle, Aalborg, Aarhus, Fredericia, Frederikshavn, Hjørring, Køge, Næstved, Roskilde, Silkeborg, Slagelse, Svendborg, Sønderborg.

²⁰ Der kan med stor sikkerhed etableres 3 kW-sendemulighed i følgende områder: København (2 sendemuligheder), Esbjerg, Odense, Herning, Hillerød, Holstebro, Viborg. Endvidere kan der sandsynligvis etableres 3 kW-sendemulighed i følgende byer: Helsingør, Horsens, Kolding, Randers, Vejle, Aalborg, Århus, Fredericia, Frederikshavn, Hjørring, Holbæk, Køge, Næstved, Roskilde, Silkeborg, Slagelse, Svendborg, Sønderborg, Thisted, Grenå, Ringkøbing, Skanderborg, Varde, Haderslev, Kalundborg, Ringsted, Nykøbing F., Nakskov, Bornholm.

muligheder er halvdelen i drift idag. Endvidere vil der skulle findes nye 30 W-sendemuligheder i ca. 40 kommuner, men det er på forhånd klart, at nogle af disse kommuner på grund af frekvensmangel helt vil miste deres lokalradio-sendemulighed.

En tredje mulighed for at opnå større sendestyrke for lokalradioer, men uden at ændre frekvensfordelingen, ville simpelthen være - hvor det var teknisk muligt - at tillade en større sendestyrke end idag. På en stor del af de sendemuligheder, som anvendes i dag, kan sendestyrken øges til 160 W inden for den gældende frekvensplan. Ønsker herom fra lokalradioernes side er dog hidtil blevet afvist med henvisning til, at effektførøgelsen i bedste fald vil give en forøgelse af rækkevidden på nogle få kilometer. Det må endvidere forudsættes, at alle stationer på de pågældende frekvenser samtidig skifter til 160 W for ikke at få ændret de indbyrdes forstyrrelsesforhold og dermed få ændret rækkevidde. Endelig må man gøre sig klart, at det teknisk ikke kan lade sig gøre at hæve sendestyrken på alle lokalradio-frekvenser.

Lokal-tv

På lokal-tv-området var der ved ordningens start i 1987 forudset frekvensmæssige muligheder for lokal-tv i alle byer med over 30.000 indbyggere samt en sendemulighed på Bornholm og to i Storkøbenhavn. Af disse knap 40 sendemuligheder udnyttedes i dag ca. 20.

De overordnede rammer for ordningen er i princippet de samme som for lokal radio, bortset fra to forhold: Dels den ovenfor nævnte begrænsning i antallet af sendemuligheder, dels at der for lokal-tv's vedkommende foretages en individuel beregning og udmelding af den effekt og antennehøjde, der kan tillades i det enkelte lokale område. Årsagen hertil er de sparsomme frekvensressourcer, der er til rådighed til dette formål, og de normalt ganske store geografiske områder, der hører under de lokale tv-nævne.

Interessen for at starte nye stationer under de givne vilkår er for tiden meget beskeden, hvilket afspejler sig i, at kun halvdelen af sendemulighederne i dag udnyttes. Som årsag hertil anfører kritikerne af den nuværende ordning, at forbudet mod netværk reelt forhindrer de lokale tv-stationer i at fungere på kommercielle vilkår.

4.7 Satellit- og kabelområdet

4.7.1 Teknisk oversigt

Modtagelse af radio og tv fra satellit

Dette afsnit handler om radio og tv, som modtages via satellit, og kabelfødt radio- og tv-virksomhed. Endvidere indeholder afsnittet en omtale af regler vedr. reklamer og sponsorering.

I Danmark har ca. 231.000 husstande opsat satellit-tv-antenner til nedtagning af satellit-tv. De fleste danske satellit-tv-antenner er rettet mod Astra-satellitten, hvorfra en stor del af de attraktive tv-programmer sendes.

Udsendelse af radioprogrammer via satellit har også vundet stærkt frem de senere år. Der kan således i dag modtages over 100 forskellige satellit-radiostationer her i landet. I det mest anvendte system sendes radioudsendelserne i form af ekstra lydkanaler, der er "hægtet på" en satellit-tv-kanal. Sendeudstyret er forholdsvis enkelt, og de tekniske sendekomkostninger er tilsvarende små - i størrelsesordenen 2 - 3 mio. kr. årligt pr. radioprogram.

Digital Satellit Radio (DSR) har eksisteret gennem nogle år. Systemet er ikke kompatibelt med det digitale DAB-system, som er på vej til indførelse i bl.a. Danmark. DSR har kun fundet begrænset udbredelse, mest til udsendelse af pakker med musikprogrammer. Programmerne kan alene modtages stationært af en speciel modtager med parabolantenne. Europas største satellitoperatør, Astra, har et lignende system på vej. Her kræves igen en speciel modtager, som alene kan anvendes til modtagelse fra Astra.

Fordeling af radio og tv gennem kabelnet

Den 1. juli 1995 trådte den såkaldte fase 1 af teleliberaliseringen i kraft. Det betyder bl.a., at Tele Danmarks eneret på fremføring af radio- og fjernsynsprogrammer i det landsdækkende telenet er ophævet fra denne dato. Der er fri adgang for alle til at fremføre radio- og fjernsynsprogrammer i telenettet via fast kredsløb lejet hos Tele Danmark.

Ved at ophæve Tele Danmarks eneret til at fremføre radio- og fjernsynsprogrammer via telenettet ("normaliseringen" af hybridnettet) bliver der fri og lige adgang for alle til fremføre programmer over kommunegrænser. Dette indebærer bl.a., at fællesantenneanlæg i forskellige kommuner kan forbindes via faste kredsløb lejet hos Tele Danmark.

Taksten på brugen af bredbåndskredsløb er nedsat med 65 %. Det vil kunne stimulere anvendelsen af sådanne forbindelser på tværs af kommunegrænser.

Hidtil har fællesantenneanlæg kun kunnet ejes af ejere eller lejere i ejendomme, der omfattes af anlægget, kommunale myndigheder og de regionale televirksomheder. Med teleforligets udmøntning kan alle, herunder også private selskaber, eje anlæggene.

Konsekvenser heraf forventes at blive en voksende interesse fra investorer i at finansiere etablering og udbygning af fællesantenneanlæg. Således er det danske kabel-tv-selskab, Stofa, blevet købt af det svenske teleselskab Telia.

Et yderligere element i teleforliget er styrkelsen af brugerindflydelsen på programsammensætningen. Baggrunden herfor er ønsket om at modvirke mediemæssig dominans, sammenholdt med ønsket om at sikre en reel mindretalsindflydelse og den enkelte brugers valgmuligheder.

Brugerindflydelsen udstrækkes til samtlige fællesantenneanlæg. Herved vil de brugerejede anlæg, der ikke hidtil har været dækket af regler om brugerindflydelse, også blive omfattet.

Mindretalsindflydelsen har indtil nu kun været baseret på vejledende retningslinjer, men der vil med lovens vedtagelse blive opstillet forpligtende bestemmelser herom. Endelig skal den enkelte bruger også have mulighed for individuelt valg og fravalg af programmer i anlægget. Omfanget af de individuelle valgmuligheder for den enkelte bruger vil afhænge dels af den tekniske opbygning af fællesantenneanlægget, dels af økonomiske omkostninger i forbindelse med etablering af valgmulighederne.

For at sikre brugernes valgmuligheder og programudbydernes lige adgang til fællesantenneanlæg skal alle programudbydere have adgang til på rimelige og lige betingelser at benytte et fælles dekodersystem, som anvendes af kabeloperatørerne i fællesantenneanlægget. Herudover skal programudbyderen kunne anvende sin egen dekoder, hvis han ønsker det.

Til gengæld kan brugerne gennem deres programvalg bestemme, at et program, der er baseret på anvendelse af programudbydernes egen dekoder, ikke skal fordeles i fællesantenneanlægget.

Liberalisering af bredbåndsnet i lokalområder (dvs. inden for en kommunes grænser) indebærer som nævnt, at eksisterende og nye fællesantenneanlæg kan anvendes til alle teletjenester, herunder telefoni.

Dette betyder, at fællesantenneanlæg - som i dag reelt set udgør de eneste muligheder for bredbåndstjenester ud til den enkelte bruger (ca. 60 % af Danmarks husstande er tilsluttet fællesantenneanlæg) - vil kunne blive prøvebænken for de kommende multimedietjenester.

4.7.2 Juridisk baggrund

Ifølge EU-direktivet om tv uden grænser reguleres tv-selskaber inden for EU/EØS-området efter lovgivningen i de lande, hvor selskaberne hører hjemme, jf. kap 4.4.

Et tv-selskab hører hjemme i det land, der har myndighed over det. Direktivet giver ikke nogen nærmere beskrivelse af, hvordan spørgsmålet afgøres konkret. Men i forbindelse med udarbejdelsen af sin rapport over opfyldelsen af kvotebestemmelserne har Kommissionen udarbejdet vejledende retningslinjer, der definerer myndighedslandet som det land, hvor TV-stationen er etableret. Det vil sige det land, hvor f.eks. hovedkvarteret befinder sig - med den øverste ledelse og størstedelen af det personale, der beskæftiger sig med programplanlægning og økonomi.

Et selskab, der hører hjemme i Danmark, og som ønsker at udsende satellitradio eller -tv, skal have tilladelse fra Satellit- og Kabelnævnet. Selskabet skal have

hjemsted i Danmark, og det skal oplyses, hvilke personer der udgør den ansvarlige ledelse og sandsynliggøres, at det fornødne økonomiske grundlag er til stede.

Et selskab kan ikke samtidig have tilladelse til lokal programvirksomhed. Det skal nemlig være klart, hvilket af de to forskellige regelsæt virksomheden udøves under - om den hører til under Satellit- og Kabelnævnets eller Udvalget vedr. Lokal Radio og TV's kompetence. F.eks. er lokal-tv - men ikke satellit-tv - underlagt bestemmelser om tilknytning til lokalområdet og om netværk.

Satellit- og Kabelnævnet, der nedsættes af kulturministeren, er et uafhængigt organ. Det udsteder tilladelser, inddrager tilladelser og påser, at tv-selskaberne overholder gældende regler.

Radio- og TV-Reklamenævnet, der også er nedsat af kulturministeren, er ligeledes et uafhængigt organ. Det påser, at reklamereglerne overholdes. Begge nævn træffer den endelige administrative afgørelse i de sager, de behandler.

Satellit- og Kabelnævnet har udstedt en halv snes tilladelser. Foruden DK 4s tilladelse er kun én tilladelse (til satellit-radio) udnyttet.

Der må ikke sendes reklamer i kabel-tv og -radio, som spredes i mere end ét lokalområde.

4.7.3 Satellitkanaler rettet mod Danmark

Der findes kun to satellitkanaler, som er danske i juridisk forstand, nemlig ZTV og TV6. TV3 sender også til Danmark, men er underlagt den britiske regulering, jf. note 8. Som nævnt findes der kun en enkelt kabelfødt tv-kanal, nemlig DK4.

TV3 er langt den mest udbredte af disse tv-kanaler. Stationen kan modtages af 57% af de danske husstande, mens ZTV og TV6 kan modtages af henholdsvis ca. 25% og ca. 22%. DK4, som kun sendes via Tele Danmarks kabel-tv-net, kan modtages af ca. 13% af husstandene.

Målt i seerandele er TV3 også den største af disse kanaler. For første halvår af 1995 var TV3s andel af den samlede seertid 11%, jf. kap. 3.4. De tre andre kanalers andel af den samlede tv-sening er - ihvertfald indtil videre - mindre end 1% tilsammen.

4.8. Tekst-tv

Indledning

I juridisk forstand kan tekst-tv på en tv-kanal betragtes som omfattet af tilladelsen til at udnytte det pågældende frekvensbånd til tv. Tilladelsen til tekst-tv er altså en del af tv-tilladelsen.

Selv om tekst-tv er afhængigt af tv-kanalens penetration og dækning, er tekst-tv på vej til at blive en selvstændig og vigtig del af tv-markedet. Set i et informationsteknologisk perspektiv er tekst-tv, der er knyttet til tv-apparatet, en konkurrent til pc-baserede systemer, der forudsætter pc og modem i husstanden.

I 1994 havde 61% af samtlige husstande tekst-tv, mens 4% havde en pc med modem. Dette sidste tal er dog i kraftig vækst.

Indholdet

I det konventionelle tekst-tv er indholdet i dag typisk programoversigter, nyheder, sport, vejrudsigter og reklamer samt forskellige former for service-stof fra offentlige og halvoffentlige udbydere.

Tekst-tv anvendes yderligere til tekstning af tv-programmer for hørehæmmede samt til *PDC (Programme Delivery Control)*, der er et system til styring af optagelse på video.

Gennem tekst-tv får brugerne adgang til databaser, der tilbyder information fra offentlige og private virksomheder.

Tv-stationerne

Tekst-tv udbydes af alle tv-stationer, jordbaserede såvel som satellitbårne, i forskelligt omfang og forskellig kvalitet.

Kanal 2 er den tv-station i Danmark, der hidtil har foretaget den mest vidtgående udvikling af tekst-tv. Kanal 2 var først i Danmark med interaktivt tekst-tv (dialog med seeren over telefonen). Kanal 2 har åbnet en række kommercielle markeder som f.eks. rejser, boliger, biler og begivenheder.

Tabel 5

Tekst-tv-markedsandele 1992-95 (%)				
	1992	1993	1994	1995
<i>DR</i>	66	65	70	67
<i>TV 2</i>	11	11	15	20
<i>TV3</i>	-	-	1	4
<i>Øvrige</i>	24	23	14	9
<i>I alt</i>	101	99	100	100

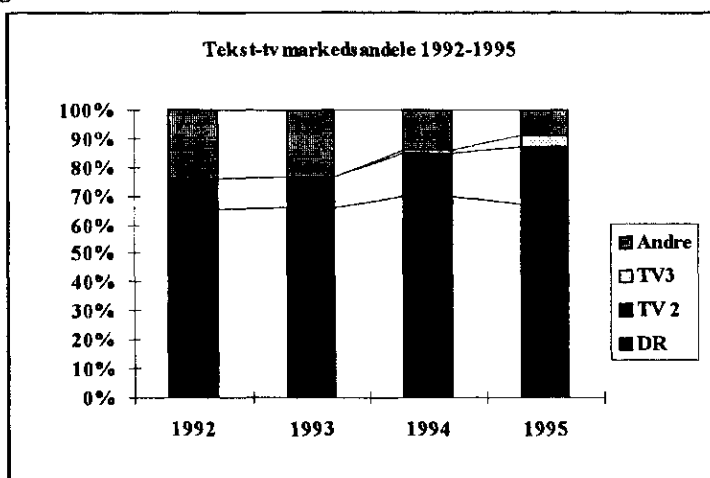
Kilde: Gallup TV-Meter. Det bemærkes, at tallene for 1995 dækker første halvår.

TV3 indledte udviklingen af tekst-tv den 1. september 1994 i tæt samarbejde med Morgenavisen Jyllands-Posten og Politiken/Ekstrabladet. Det sidstnævnte

bladhus har dog siden trukket sig ud af samarbejdet. Morgenavisen Jyllands-Posten står for det redaktionelle og det kommercielle indhold. I januar 1995 etablerede TV3 en interaktiv tjeneste, i første omgang rettet mod markedet for private annoncer.

DR stod i 1994 for ca. 73 % af al tekst-tv-sening i Danmark. DRs tekst-tv bringer service fra en lang række offentlige tjenester som DSB, Told & Skat og SU-styrelsen. DR stiller tekst-tv-siderne gratis til rådighed for disse.

Figur 3



TV 2s tekst-tv startede som forsøg i 1990 og er siden udbygget efter entreprisemodellen, således at eksterne leverandører varetager enkeltviser. Ritzaus Bureau har således siden juli 1994 under TV 2s programansvar leveret tekst-tv med løbende opdatering af nyheder. Kommercielt er TVR i samarbejde med bl.a. Berlingske Tidende. TV 2 har i 1994 investeret i et nyt tekst-tv-system, der er blandt de mest avancerede på markedet. Systemet giver således mulighed for landsdækkende tekst-tv også under regionale udsendelser, samt for udsendelse af regionaliseret tekst-tv.

Seerandele

Tekst-tv-seningen har i perioden 1992-94 udviklet sig, som det fremgår af tabel 5. I takt med de to danske *public service* kanalers øgede udbud af tekst-tv er de øvrige kanalers markedsandel faldet. Faldet er kraftigst for satellit-tv, mindre for lokal-tv.

4.9 Den digitale tv-udvikling

4.9.1 Indledning

Inden for de nærmeste år vil det være muligt for forbrugerne at modtage digitalt udsendte tv-programmer. Foruden en teknisk bedre kvalitet - afhængigt af den anvendte båndbredde - vil det betyde overgang til 16:9 billedformatet frem for 4:3 formatet, der hidtil har været anvendt.

Hvis forbrugeren ønsker at se digitalt udsendte programmer i det nye format og i digital kvalitet, vil det være nødvendigt at investere i digitalt modtageudstyr, herunder et tv-apparat, som er beregnet til 16:9-formatet. Medmindre forbrugerne investerer i nyt udstyr alene for at få adgang til de digitale programmer, vil digitaliseringen kun slå igennem i takt med, at det nuværende modtageudstyr bliver slidt op.

Forbrugeren kan imidlertid også - som en slags "mellemløsning" - vælge at anskaffe en såkaldt *set top-box*, der omformer det digitale signal til modtagelse på eksisterende tv-apparater. Billedet på tv-skærmen vil i så fald fremstå i *letter box*-format ("brevsprække"), dvs. med en sort stribe foroven og foruden.

4.9.2 Tv-standarder

Det nye, digitale sendesystem forventes på langt sigt at erstatte den nuværende analoge PAL-standard. Der anvendes samme frekvensbånd til udsendelse af digitalt tv som til analog udsendelse. Hvis Danmark skal deltage i denne udvikling, kan der derfor som nævnt være behov for i en årrække at parallelsende programmerne i PAL og i den nye digitale standard.

Det kunne i princippet ske ved at sende i den digitale standard via satellit, men det ville begrænse udbredelsen til husstande, der har egen satellit-tv-modtager eller er tilsluttet et fællesantenneanlæg. Hvis man ønsker at nå alle tv-modtagere - dvs. ikke alene alle husstande med tv, men også alle tv-apparater i hver enkelt husstand - vil det være nødvendigt at sende i den nye standard over jordbaserede sendere.

Det vil med andre ord sige, at hvis man ønsker at indføre digitalt, jordbaseret tv i Danmark, skal det hidtil ubenyttede landsdækkende frekvenssæt, som ofte betegnes "den tredje tv-kanal", tages i brug hertil. Ud fra de nuværende frekvensressourcer vil der ikke både være plads til en 3. analog kanal og til en digital sendeflade. Der skal derfor træffes et valg mellem de to anvendelser.

Der kan nævnes følgende fordele ved digitalt tv:

- Programmerne er nemmere at lagre (de fylder mindre).
- Programmerne er nemmere at bearbejde (teknisk justering, effekter, grafik).

- Programmerne kan kopieres uden kvalitetsforringelse.
- Programmerne er nemmere at kode, hvorved uretmæssig adgang til programmerne forhindres.
- Programmerne fylder (frekvensmæssigt) mindre på en satellittransponder, i kabelsystemer og fra en jordbaseret sender.
- Det er nemmere at bygge videre på (f.eks. indførelse af nyt billedformat, højere opløsning, supplerende informationer).
- Digitale tv-apparater er billigere at fremstille end analoge.
- Det digitale signal er transmissionsmæssigt mere robust end det analoge.
- Den digitale teknik giver mulighed for indførelse af nye tjenester.

Disse - hovedsagelig - tekniske fordele vil forbrugerne i vidt omfang kun kunne mærke indirekte, idet de vedrører den digitale produktion og transmission af tv-programmerne. Nogle af de nævnte fordele som f.eks. billedformatet og -kvaliteten, de supplerende informationer og de nye tjenester, vil forbrugerne mærke mere direkte. Det skal dog samtidig nævnes, at forbrugerne ikke får glæde af disse ting med mindre, de investerer i digitalt modtageudstyr - altså et nyt tv-apparat. Investering i en set top-box sikrer kun, at de digitale programmer omformes til analoge signaler, som kan gengives på det eksisterende modtageudstyr. Blandt fordelene ved digitalt tv er dog også en lavere produktionspris for tv-apparaterne, hvilket må forventes at slå igennem på købsprisen for forbrugerne.

4.9.3 Digital transmission

Over én jordbaseret digital tv-kanal kan der rundspredes fire tv-programkanaler med samme kvalitet som de nuværende PAL-udsendelser. En jordbaseret digital tv-kanal vil således f.eks. kunne benyttes til paralleludsendelse af de to eksisterende danske landsdækkende tv-programkanaler (DR og TV 2) samt yderligere to tv-programkanaler.

Det jordbaserede sendernet og de i dag anvendte tv-modtagere er i Danmark indrettet til PAL-standarden og skærmformatet 4:3 (bredde:højde). Der er fra DRs og TV 2s side interesse for at skifte til det bredere format, 16:9, der ligger tæt op ad de hyppigst anvendte biograffilm-formater, widescreen-formaterne.

EU støtter denne digitale udvikling, og det europæiske standardiseringsorgan, ETSI, har for nylig godkendt standarder for systemets udsendelse over satellit og via kabel. En tilsvarende standard for systemets udsendelse via jordbaserede

sendere kan forventes i løbet af et års tid²¹. Denne brede indsats har fået også de rent kommercielle satellitselskaber til at acceptere at vente på det fælles europæiske system fremfor at introducere et ringere, men allerede færdigt digitalt system.

Dekodere til de enkelte fællesantenne-husstande forventes markedsført i løbet af 1995. Foreløbige prisoplysninger²² indikerer, at en betalings-tv-dekoder vil koste omkring 4.000 kr., måske lidt mere i starten og med en prisudvikling, der hurtigt sænker prisen til omkring 2.000 kr.²³

4.9.4 "Den tredje kanal"

Som nævnt ovenfor anvender DR-TV i dag to af sendemulighederne (Hove og Tolne) i det sæt af frekvenser, som er reserveret til en tredje landsdækkende tv-

²¹ DVB (*Digital Video Broadcasting-Projektet*) er en privat organisation, der har til formål at udvikle et digitalt tv-system beregnet for satellit-, kabel- og jordbaserede udsendelser. Projektet har i dag ca. 165 virksomheder og institutioner som deltagere, herunder fra dansk side Danmarks Radio, Tele Danmark og Telestyrelsen.

Det er endnu for tidligt at vurdere konsekvenserne af DVB-systemets indførelse, men det står allerede på nuværende tidspunkt klart, at systemet indebærer en mærkbart bedre frekvensøkonomi og lavere transmissionsomkostninger for tv-stationerne, hvilket må forventes at resultere i et større udbud af kanaler samt kanaler med tidsforskuet programudbud.

Fordi den er digital, indeholder DVB-standarden en nem adgang til at sende krypterede udsendelser. Det forhold, at krypteringen er standardiseret, kan betyde, at omkostningerne ved fabrikation af dekodere falder på grund af massefabrikation, hvilket må forventes at stimulere interessen for anvendelse af betalings-tv som finansieringsform for udsendelsesvirksomheden.

DVB-projektets deltagere er ikke nået til enighed om et fælles system til adgangsstyring (det system, der åbner og lukker for den enkelte husstands dekode, afhængigt af om der er betalt eller ej), idet der er knyttet store økonomiske interesser til formidling af betalings-tv. EU's direktiv om tv-sendingstandards (vedtaget juli 1995) indeholder bestemmelser om betalings-tv-området, der i et vist omfang understøtter de resultater, DVB-projektet i øvrigt er nået frem til.

²² Kilde: Telestyrelsen.

²³ Det er lettere at kryptere et digitalt signal end et analogt signal på en sådan måde, at koden ikke kan brydes. Det har fra starten været det europæiske DVB-projekts hensigt, med støtte fra EU og EBU, at lade et fælles krypteringssystem med tilhørende adgangsstyringssystem være en del af den digitale standard. Fordelen herved ville være, at forbrugerne kunne drage fordel af et fælles system for adgangsstyring (conditional access).

Samarbejdsviljen fra de kommercielle satellit- og kabelselskaber er imidlertid ikke til stede. Disse selskaber foretrækker tilsyneladende at koncentrere sig om markedet i hver deres geografiske område. Ved at introducere egne dekodere til favorable priser, forventer de at kunne knytte forbrugerne til sig.

Der er således risiko for, at forbrugerne må anskaffe sig flere dekodere, hvis de vil tegne abonnement hos mere end én operatør. En gruppe af mindre operatører arbejder dog stadig med en løsning, hvor forbrugeren kan benytte samme dekode til at modtage programmer fra forskellige operatører.

kanal. Hvis den tredje kanal skal udnyttes, skal der således findes en løsning på den manglende UHF-sendemulighed de to steder.

De eksisterende sendere i Tolne og Hove sender med en effekt på henholdsvis 50 kilowatt og 600 kilowatt. En eventuel tredje kanal skal anvende samme effekter. På grund af den lavere effekt i Tolne kan der formentlig findes en anden egnet frekvens der²⁴.

For Hoves vedkommende er det ikke muligt at finde en ny frekvens til det tredje program. Hvis denne sendemulighed skal anvendes til analog transmission, synes der at være to mulige løsninger på problemet. Den ene mulighed er, at DR opfører med at sende på UHF fra Hove. DR sender som nævnt i forvejen til Københavnsområdet på VHF fra Gladsaxe. Det vil betyde en dårligere dækning af DR i hovedstadsområdet. Det vil også betyde, at de husstande i området, som idag udelukkende modtager DR med en UHF-antenne, skal anskaffe (eller genanskaffe) en VHF-antenne²⁵.

Den anden mulighed indebærer en reduktion af sendemulighederne for lokal-tv. Lokal-tv i Københavnsområdet sendes på kanal 23 (UHF) og kanal 60 (UHF) fra Gladsaxe. Kanal 60 kan i stedet sendes fra Hove med 600 kilowatt, hvorved den manglende sendemulighed til den tredje landsdækkende kanal tilvejebringes. Dette vil dog betyde, at de nuværende lokale tv-stationer på kanal 23 og kanal 60 skal deles om kanal 23.

Det bemærkes, at de nugældende programmæssige sendetilladelser for stationerne på kanal 60 løber frem til 31. august 1996. På kanal 23 har stationerne tilladelse frem til 31. marts 1998. Der er således på nuværende tidspunkt disponeret over sendemulighederne frem til disse tidspunkter.

Hvis sendemuligheden derimod skal indgå i udsendelsen af landsdækkende digitalt tv, kan der, ifølge den danske frekvensmyndighed, Telestyrelsen, formentligt opnås aftale med Sverige om adgang til at benytte samme UHF-tv-kanal i Hove og Jyderup (såkaldt *single frequency-network*). Ved en sådan benyttelse er der med andre ord ikke frekvensmæssigt behov for at ændre den nuværende frekvensudnyttelse for DR-TV eller lokal-tv i Københavns-området.

²⁴ Først når en eventuel politisk beslutning om udnyttelsen af den tredje kanal foreligger, vil den danske frekvensmyndighed, Telestyrelsen, have mulighed for at initiere den nødvendige internationale koordinering (i dette tilfælde med Sverige) af sendemulighederne.

²⁵ Det er oplyst fra Telestyrelsen - omend der ikke foreligger præcise oplysninger - at ganske mange af de fællesantenneanlæg, der har gode modtageforhold for DRs VHF-udsendelser fra Gladsaxe, fortsat modtager DR-TV herfra. De steder, hvor modtagelsen var dårlig, skiftede fællesantenneanlæggene til modtagning fra Hove, da dette blev muligt. For et fællesantenneanlæg anslås eventuelle udgifter i forbindelse med overgang til modtagning fra Gladsaxesenderen at andrage ca. 10.000 kr.

Det er Telestyrelsens indtryk, at de fleste enkelthusstande i Københavnsområdet i dag modtager DR-TV fra Hove. For enkelthusstande anslås anskaffelse og opsætning af en antenne til modtagelse fra Gladsaxe samt udførelse af de nødvendige installationsændringer at andrage godt 1.000 kr.

Hvis den tredje kanal tillige skal benyttes til regionale udsendelser, kan der ikke etableres *single frequency-network* mellem Hove- og Jyderup-senderne. En mulig løsning kunne, ifølge Telestyrelsen, formentligt forhandles med Sverige, men med risiko for nogle års forsinkelse.

Der er ikke på nuværende tidspunkt taget politisk stilling til anvendelsen af den tredje landsdækkende kanal. Bl.a. skal der som nævnt tages stilling til, om transmissionsteknikken skal være analog eller digital. Ved analog anvendelse kan man opnå én programkanal, men ved digital anvendelse kan man opnå fire programkanaler.

Ifølge oplysninger fra Tele Danmark og Telestyrelsen vil de samlede tekniske anlægs- og driftsomkostninger for en tredje landsdækkende, analog kanal andrage ca. 120 mio. kr. pr. år inklusive omkostninger til fællesudnyttelse af master, antenner, stationer m.v.²⁶

Med de frekvensmæssige begrænsninger, som foreligger inden for en overskuelig tid, er der i princippet tre modeller for anvendelsen af den tredje kanal:

- 1) *Én programkanal med analog transmission.*
- 2) *Fire programkanaler med digital transmission.*
- 3) *Én analog programkanal med klausul om, at frekvenserne på et senere tidspunkt skal anvendes til digital transmission.*

Model 1 kan etableres umiddelbart, hvis de nævnte problemer vedr. sendemulighederne i hovedstadsområdet løses. Hvis denne model vælges, betyder det formentligt, at der ikke inden for en overskuelig fremtid kan etableres digital jordbaseret udsendelse af tv i Danmark.

Model 2 forventes at kunne etableres inden for 2-3 år, hvis der er tale om landsdækkende udsendelser, og inden for 4-5 år, hvis der er tale om regionale udsendelser.

Model 3 er også en mulighed, men hvis det er hensigten at skifte til digital anvendelse, når dette bliver muligt, får den pågældende programvirksomhed kun meget kort tid til at afskrive investeringen. Det bemærkes dog i den forbindelse, at hvis den samme virksomhed, som har sendt den analoge programkanal, får lov at fortsætte med en af de digitale programkanaler, kan en del af investeringen nyttiggøres herigennem. Det bemærkes endvidere, at det ikke vil være teknisk muligt efter overgang til digital transmission at parallelsende signalet analogt i en overgangsperiode. Man mister altså så at sige seerne, indtil disse eventuelt har anskaffet digitalt modtageudstyr eller *set top-box*. Hvis hensigten er at lade den analoge programvirksomhed være i drift i en længere årrække, svarer modellen i praksis til model 1.

²⁶ Forudsætningerne for vurderingen af driftsomkostningerne svarer til de forudsætninger, der er redegjort for i note 17.

Digitalt udsendt tv kan ikke i alle tilfælde modtages med det antenneudstyr (UHF og VHF), som anvendes i dag. Modtagelse på de eksisterende fjernsynsapparater kræver endvidere som nævnt anvendelse af *set top-bokse*. Selvom f.eks. DR-TV og TV 2 begynder at sende digitalt, må det anses for nødvendigt fortsat at sende de i dag eksisterende programkanaler analogt (parallelsending) i en periode på 10-15 år, indtil modtageudstyret er udskiftet.

4.9.5 Regionalt tv

Hvis de frekvenser, der er reserveret til den tredje tv-kanal, anvendes til digitalt tv, vil der kunne opnås samme regionale struktur, som TV 2 i dag anvender. Det samme gør sig gældende ved anvendelsen af den tredje kanal til analog udsendelse, jf. den omtalte model 1.

4.9.6 Satellit-tv

De kommercielle satellitselskaber har startet prøvesendinger i det nye europæiske digitale system (bl.a. Astra), og både de omtalte dekodere og egentlige digitale tv-modtagere forventes på markedet i 1995. DR har til hensigt at begynde at sende sit nuværende program via satellit i DVB-format til de eksisterende jordbaserede sendere.

Udsendelse af tv-programmer via satellit er en økonomisk meget konkurrencedygtig distributionsform for tv-stationer. Distribution over en transponder på en satellit koster i dag 10-40 mio. kr. om året - afhængigt af satellitsystem og -position. Alene på grund af denne relativt lave pris vil antallet af digitale satellitstationer øges i de kommende år, uanset at mængden af tilgængeligt programstof ikke stiger tilsvarende. Også kabelanlæggene vil ved investering i overgang til digital teknik få plads til flere kanaler.

Ifølge Telestyrelsens skøn er der ca. 4.000 fællesantenneanlæg, der selv eller via en fælles antenne eller parabol modtager de programmer, der bringes i anlægget. Det skønnes, at nyt modtageudstyr, som vil kunne modtage digitale signaler, koster omkring 25.000 kr. Denne omkostning vil især belaste små fællesantenneanlæg, som kun har få tilslutninger at fordele omkostningerne på. Hvis de programmer, der kun modtages digitalt, skal kunne ses på de nuværende tv-apparater, vil der skulle anskaffes en *set top-box*, jf. ovenfor²⁷.

²⁷ Ifølge direktivet om tv-sendestandarder (vedtaget i juli 1995) skal tv-signaler, der udsendes digitalt i 16:9-format, fordeles i samme format i kabel-tv-anlæg. Det vil altså ikke være muligt i fællesantenneanlæggene kun at omforme det digitale signal til analogt og derefter fordele dette i kablerne. Det må således forudses, at et digitalt program kommer til at "fylde" mere end én kanal i fællesantenneanlæggene, hvis programmet tillige skal fordeles i analog version.

4.10 Den digitale radioudvikling

4.10.1 Landsdækkende og regional radio

På samme måde, som FM i 50'erne - i forhold til mellem- og langbølge - forbedrede den tekniske kvalitet, er der nu et nyt system på vej, der vil give forbedringer i forhold til FM-standarden. Det nye system benævnes DAB (*Digital Audio Broadcasting*).

DAB kan give en lydkvalitet, der er sammenlignelig med den kvalitet, der kan opnås med cd-plader. Den tekniske opbygning af DAB-systemet betyder endvidere, at DAB i modsætning til FM-radiofoni er yderst velegnet til mobil modtagelse. DAB kræver helt nye modtagere, og almindelig markedsføring af de første DAB-modeller forventes i løbet af 1997.

DAB-systemet anvender ikke enkeltfrekvenser som FM, men er opbygget som 1,5 MHz brede frekvensblokke, som kan indeholde en række programmer. En DAB-frekvensblok kan betragtes som en ramme, der alt efter kravene til den tekniske kvalitet kan indeholde enten 4-6 stereoprogrammer eller op til 16 monoprogrammer eller en kombination heraf.

Til national dækning (landsdækkende programmer) kan den samme DAB-frekvensblok genanvendes således, at én og samme DAB-blok anvendes på alle sendestationer. Til forskel fra FM, hvor det samme program for at undgå gensidige forstyrrelser udsendes på en række forskellige frekvenser, vil DAB-sendestationerne, der sender på samme frekvens, "hjælpe" hinanden med dækningen og tilsammen skabe landsdækning. Årsagen hertil er bl.a., at DAB-signalet er digitalt.

Med hensyn til regionale DAB-udsendelser vil Danmark blive opdelt i en øst- og en vest-region, som skilles ved Lillebælt.²⁸ I hver region vil der være en regional DAB-blok til rådighed. Det vil sige, at man overalt i Danmark kan modtage to DAB-blokke, nemlig den landsdækkende blok og den regionale blok, der hører til området.

Systemet indføres i Europa i 1995-96. Da de eksisterende FM-modtagere ikke kan benyttes til modtagelse af DAB, påregnes der en lang overgangsperiode med paralleludsendelse af programmerne over FM og DAB. På længere sigt (15-20 år) er det muligt, at DAB helt kan erstatte FM-udsendelserne - i det mindste for så vidt angår de landsdækkende programmer.

4.10.2 Lokal radio

For så vidt angår lokalradioområdet, kan den nuværende struktur med separate programmuligheder i hver enkelt kommune ikke anvendes i forbindelse med

²⁸

Det bemærkes, at Bornholm og Færøerne på grund af deres isolerede beliggenhed hver kan udnytte en DAB-blok.

introduktionen af DAB. Årsagen er, at frekvensbehovet langt overstiger frekvensmulighederne, når DAB-områderne bliver små. Afhængigt af konkrete, bilaterale aftaler med nabolande forventes det, ifølge Telestyrelsen, at der i 1,5 GHz-frekvensbåndet i første omgang kan etableres et begrænset antal enkeltstående sendemuligheder med DAB-blokke. Disse DAB-sendemuligheder til lokalradioformål forventes med tiden udvidet, så de afspejler strukturen på lokalradioområdet.

Hvis efterspørgslen efter DAB-modtagere udvikler sig efter det sædvanlige mønster for forbrugerelektronik, vil der først være et større antal DAB-lyttere omkring år 2000-2005. Selv på dette tidspunkt bliver det dog formentlig kun de største lokalradiostationer, der kan tænkes at se en fordel i at påbegynde DAB-udsendelser, selvom der skulle blive teknisk mulighed for det. Den lille græsrodsradio vil næppe have glæde af at sende DAB, før praktisk taget alle lytterne har skiftet deres radiomodtagere ud med DAB-modtagere. Hertil kommer, at det sandsynligvis af tekniske årsager vil være betydeligt dyrere for lokalradioer at sende i DAB-teknologi frem for i FM. Meget kunne derfor tale for at bibeholde i det mindste en del af FM-båndet til lokalradioformål i en længere årrække for at tilgodese denne gruppes interesser. Endelig bemærkes det, at de nye radiomodtagere, som vil komme i handelen i de kommende år, forventes at kunne modtage både FM og DAB.

4.11 Udviklingen i modtagelsen af radio og tv

Som nævnt kan tv modtages ved hjælp af traditionel tag- eller stueantenne, gennem kabel i fællesantenneanlæg eller ved hjælp af en individuel parabolantenne (DTH). Forudsætningen for at modtage udenlandsk tv (bortset fra nabolands-tv fra f.eks. Sverige eller Tyskland) eller dansk tv, sendt via satellit (TV3) eller kabel, er at husstanden er tilsluttet en parabolantenne eller et kabel-tv-anlæg.

Tabel 6 viser udviklingen i de forskellige former for tv-modtagelse fra 1992 til 1995 og giver en prognose frem til år 2000.

Tabel 6

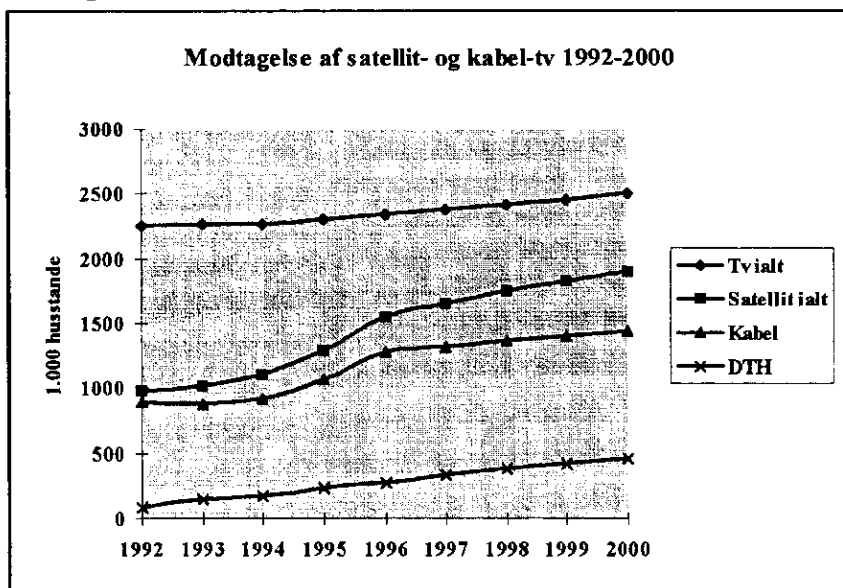
Udviklingen i modtagelsen af satellit- og kabel-tv									
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Tv-husstande (1.000)</i>	2.254	2.274	2.263	2.300	2.340	2.380	2.420	2.460	2.502
<i>Kabel %</i>	40	38	41	46	54	55	56	57	57
<i>DTH %</i>	4	7	8	10	12	14	16	17	19
<i>Satellit ialt %</i>	44	45	49	56	66	69	72	74	76

Kilde til de historiske tal: Gallup TV-Meter. Det bemærkes, at kabel-anlæg på 25 eller færre tilslutninger ikke er medtaget i tabellen.

Prognosen er udarbejdet af en særlig "regnegruppe", nedsat af Medieudvalget med henblik på denne betænkning. Det er skønnet, at den årlige tilvækst i antallet af kabel- og DTH-tilslutninger vil falde fra godt 5 % i 1995 til ca. 3,5 % i slutningen af perioden.

Udviklingen i kabel- og DTH-tilslutninger er bl.a. interessant i forbindelse med eventuel introduktion af nye programkanaler. Det fremgår af figuren, at en satellit-kanal i år 2000 vil kunne modtages af 76 % af tv-husstandene, mens en kabelfødt programkanal vil kunne nå frem til 57 % af husstandene. Det samme vil gælde en digitalt distribueret satellit-kanal og en digital, jordbaseret programkanal.

Figur 4



Det skal tilføjes, at en del af "kabel-husstandene" er tilsluttet små fællesantennenanlæg, det vil sige med under 25 tilslutninger. Disse små anlæg har ofte en lille kapacitet, hvilket betyder, at de ikke kan modtage så mange kanaler. På grund af sammenlægninger eller tilslutning til Tele Danmarks kabel-tv-net bliver der færre af disse små anlæg. Hvis man medtog dem i prognosen, blev andelen af husstande som i år 2000 kan modtage satellit-tv i stedet 79 %.

5. Økonomisk baggrund

5.1 Indledning

Radio- og tv-virksomheder i Danmark finansieres på forskellige måder, fra den rene licensfinansiering over blanding af licens og reklamer, tilskud fra lytterforeninger, ren reklamefinansiering til abonnementsbetaling.

I dette kapitel beskrives først de helt eller delvis licensfinansierede virksomheder. Dernæst opgøres den kommercielle radio- og tv-omsætning for 1990-1995. Mens resten af kapitlet således beskæftiger sig med virksomhedernes indtægter beskriver afsnit 5.5.1 en væsentlig del af omkostningerne, nemlig udgifterne til forskellige typer af danske og udenlandske tv-programmer.

Endelig forsøger kapitlet at se på den økonomiske udvikling for radio- og tv-virksomhed i de kommende år.

5.2 DRs og TV 2s økonomi

DR finansieres altovervejende ved hjælp af licensafgifter. Dertil kommer i et vist omfang sponsorbidrag, salg af programmer og andre ydelser.

TV 2 finansieres af reklameindtægter (via TVR), licensafgifter, sponsorbidrag, salg af programmer og andre ydelser. Kulturministeren fastsætter budgetrammerne for DR og TV 2 og fastsætter licensen med tilslutning fra Folketingets finansudvalg. Licensafgiften påhviler alle, der har et radio- eller tv-apparat, uanset hvilke programmer de lytter til eller ser.

Radiofonden, som administreres af DRs bestyrelse, modtager DRs andel af licensmidlerne, og herudover indgår renteindtægter af fondens formue. Ved den årlige fastsættelse af budgetrammerne bestemmer kulturministeren, hvilket beløb der må trækkes af fonden i det enkelte år.

TV 2-fonden administreres af TV 2s bestyrelse, og i den indgår TV 2s andel af licensen, overskud fra TV 2 Reklame og - hvis reklameindtægterne svigter - låneprovenu fra statsgaranterede driftslån. TV 2-fondens midler kan efter kulturministerens bestemmelse anvendes til TV 2s virksomhed - inkl. regionernes. Det sker, ligesom for DRs vedkommende, ved den årlige fastsættelse af budgetrammer. Desuden kan fondens midler bruges til betaling af renter og afdrag af driftslån.

Da licensindtægterne - dels på grund af DRs forsigtighed i udarbejdelse af indtægtsskønnene og dels på grund af overgang til et mere effektivt inkassosystem - gennem flere år har været større end forventet, har budgetrammerne for DR altså været udtryk for en overgrænse for, hvor meget DR måtte bruge af penge til drift og anlæg i de enkelte år. For TV 2s vedkommende har reklameindtægterne i alle årene bortset fra 1994 været mindre end forudsat, og TV 2s budgetrammer har derfor snarere været udtryk for, hvor mange penge TV 2 kunne regne med. Hvis reklameindtægterne svigtede, kunne der optages statsgaranterede driftslån til at dække mangoen mellem summen af licens- og reklameindtægter på den ene side og budgetrammen på den anden side. Alternativt kunne kulturministeren nedsætte TV 2s budgetramme.

Tabel 7 viser budgetrammerne for DR, TV 2-landsdækkende og TV 2-regionerne.

Tabel 7

DRs og TV 2s budgetrammer 1990-97								
Mio. kr.	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
DR	1.976	2.056	2.072	2.121	2.223	2.261	2.305	2.350
TV 2-DK	523	591	572	588	667	734	698	711
TV 2-Regioner	167	234	225	231	264	266	271	277

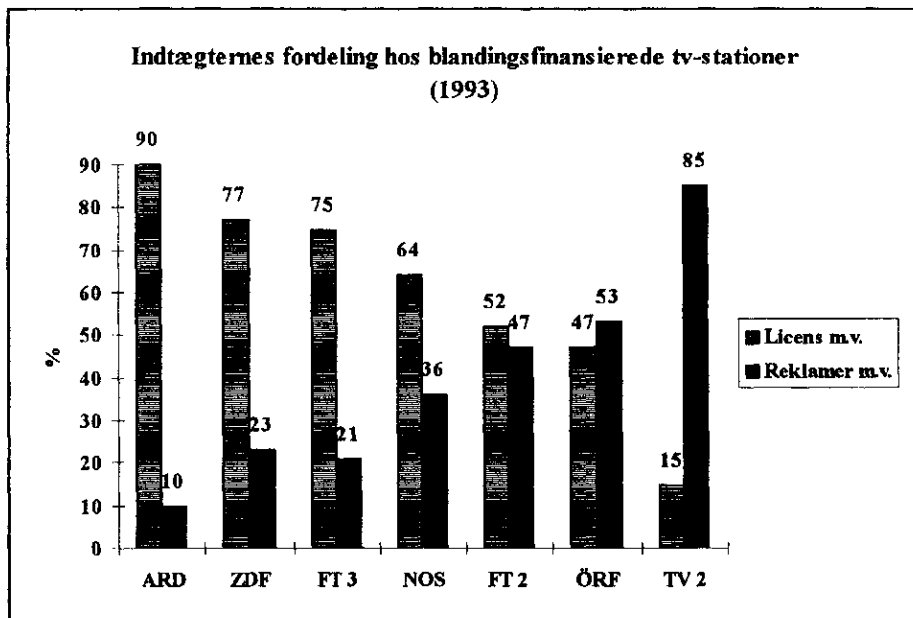
Kilde: Kulturministeriet. DRs udgifter til kortbølgevirksomheden er ikke medtaget. Den angivne fordeling af den samlede TV 2-budgetramme i årene 1995-97 er behæftet med en mindre usikkerhed.

Både DR, TV 2-Danmark og regionerne har mulighed for indtægter fra sponsering, salg af programmer m.v. Disse indtægter lægges oven i de budgetrammer, kulturministeren fastsætter.

DR har mulighed for at forhøje den fastsatte budgetramme med op til 4 % (den såkaldte "udsvingsramme") ved træk på Radiofonden og for at udnytte op til 50 mio.kr. af Radiofondens formue (den såkaldte "rettighedsfond") til indkøb af programmer til senere visning. For så vidt angår "udsvingsrammen", kræver udnyttelse af denne kun kulturministerens tilladelse, hvis beløbet ikke betales tilbage året efter.

Public service institutionerne har traditionelt overvejende været finansieret gennem licensafgifter, men i nogle lande hidrører driftsmidlerne fra andre offentligt foranstaltede afgifter eller tilskud. I en række lande suppleres disse midler med indtægter fra reklamer.

Figur 5



Kilde: DR, TV-MEDIEFORSKNINGEN. Tv-stationerne er fra følgende lande: Tyskland (ARD, ZDF), Frankrig (FT 2, FT 3), Holland (NOS), Østrig (ÖRF) og Danmark (TV 2).

I Danmark og i en række andre lande anvendes licensfinansieringen som en sikring af *public service* institutionernes relative uafhængighed af markedsøkonomien og det politiske system. I Danmark er dette udmøntet således, at licensafgiftens størrelse efter indstilling fra kulturministeren godkendes af Folketingets finansudvalg senest i form af såkaldte flerårige licensforlig. Licensforliget indeholder ud over bestemmelse af den årlige licensafgift også en fordeling af licensmidlerne til DR og TV 2 og en fastsættelse af den maksimale overførsel af midler fra TV 2-Fonden til TV 2 samt en fastlæggelse af DRs og TV 2s årlige budgettrammer.

Der er således tale om, at de helt eller delvis licensfinansierede radio- og tv-virksomheders økonomiske rammer i realiteten er en del af den politiske beslutningsproces, mens udmøntningen af programvirksomheden inden for de af Folketinget fastsatte formålsbeskrivelser suverænt er tillagt virksomhederne selv som kompetenceområde og derfor ikke kan gøres til genstand for Folketingets og ressortministerens indblanding.

5.3 De lokale mediers økonomi

De økonomiske forhold for de lokale medier er mindre velbelyst end for DR og TV 2. I en undersøgelse fra 1995 af hele området vedr. lokal radio og tv²⁹ hedder det, at det ikke er muligt at give nogen kvalificeret dokumentation over lokalradioernes samlede økonomiske tilstand, omsætning m.v., og at det er endnu vanskeligere at sige noget om de økonomiske forhold for lokal-tv.

Lokalradioernes indtægter kommer fra flere forskellige kilder: reklame, sponsorindtægter, salg af sendetid, medlemskontingenter, bingospil, offentlige tilskud til konkrete projekter, kommunale tilskud, tipsmidler m.v. Mange radioer er på et økonomisk niveau, hvor de er meget sårbare - dels på grund af begrænsede indtægter og dels på grund af gæld.

Det er som nævnt endnu vanskeligere at sige noget om de lokale tv-stationers økonomi - udover at det er dyrere at lave tv end radio. Reklame- og program-samarbejdet mellem Kanal Danmark-stationerne har formodentligt medvirket til disse stationers overlevelse.

De lokale medier har kritiseret, at de - efter deres egen opfattelse - har været hæmmet i deres reklamesalg af, at TV 2 og TV3 via en aftale en aftale med Gallup har haft held til at forhindre, at lokal-tv optræder på de landsdækkende tv-meter målinger med seertal fra lokalområderne. Endvidere kritiseres det, at forbudet mod netværk forhindrer de lokale medier i at indgå annoncesamarbejde med lokale og regionale annoncører svarende til det, der kendes mellem annoncørerne og en lang række lokale dagblade.

Ifølge den ovennævnte undersøgelse gælder det for såvel lokal radio som tv, at "en samlet programflade for at tiltrække lyttere eller seere i væsentligt omfang må bestå af fremmedproduktioner både af økonomiske og attraktionsmæssige årsager. Mens fremmedproduktioner for radioernes vedkommende i det væsentlige består af musik, som ganske vist har sin pris, [...] vil fremmedproduktioner for tvs vedkommende primært sige udenlandsk producerede serier og underholdningsprogrammer eller danske programmer, som er produceret i et samarbejde, som det sker på Kanal Danmark. Den enkelte station har ikke selvstændigt nogen mulighed for at realisere en sådan programflade, som er nødvendig for at tiltrække seerne og for at opnå en økonomi, der kan finansiere de selvproducerede, lokale programmer."³⁰

De kommercielle stationer har fremsat en række ønsker om bedre økonomiske muligheder. Det gælder bl.a. ønsker om tilladelse til netværk, 10-årige rullende sendetilladelser, EU-reklameregler, central udstedelse af sendetilladelser, højst fem sendetilladelser pr. frekvens, to-lags struktur samt en forøgelse af sendestyrken.

²⁹ Per Jauert og Ole Prehn, Lokalradio og Lokal-tv, Nu og i fremtiden, Kulturministeriet 1995. Oplysningerne i dette afsnit stammer fra rapporten.

³⁰ Op.cit.

5.4 Den kommercielle omsætning

Der findes ikke nogen samlet autoritativ kilde til opgørelse af reklameomsætningen for danske radio- og tv-virksomheder. Medieudvalget har dels ved anvendelse af eksterne konsulenter, jf. bilag 3, og dels ved at samle en række af markedets større aktører, jf. bilag 4,³¹ forsøgt at lave en opgørelse, som er vist i tabel 8 for radiomediets vedkommende og tabel 9 for tv's.

Tabel 8

Radioreklame i Danmark 1990-95						
Mio.kr.	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Landsdækk.	18	20	20	20	22	24
Lokalt	72	75	80	85	85	85
I alt	90	95	100	105	107	109

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Der skelnes i opgørelsen mellem den reklameomsætning, der stammer fra landsdækkende reklamer og den omsætning, der er lokalt baseret. Den lokale omsætning udgør gennemsnitligt 80 % af markedet.

Tabel 9

Tv-reklame i Danmark 1990-95						
Mio.kr.	1990	1991	1992	1993	1994	1995
TVR	584	732	763	833	937	1.026
Lokal-tv	26	42	66	82	100	108
TV3	25	47	102	175	254	296
Øvrige	-	-	-	-	-	14
I alt	635	821	931	1.090	1.291	1.444

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

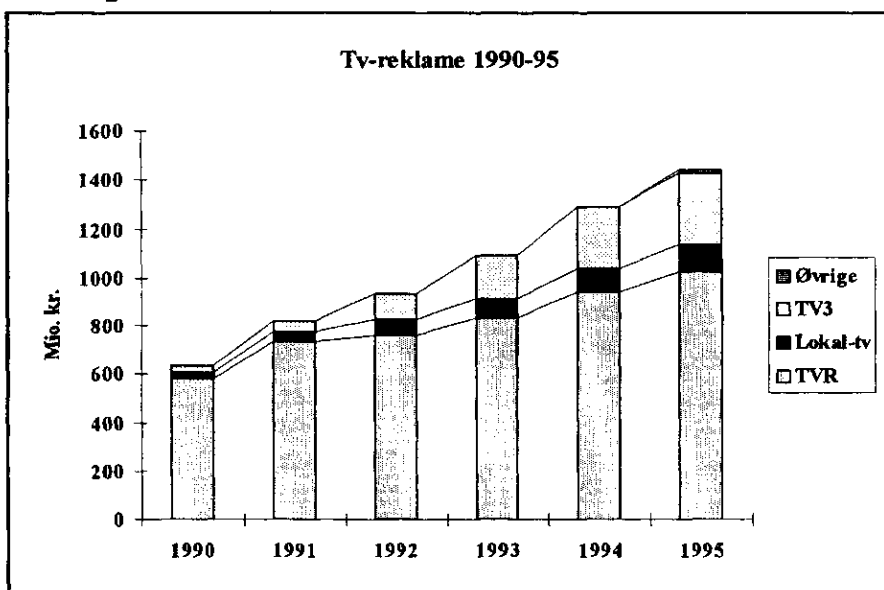
³¹ Oplysningerne i dette afsnit stammer fra konsulentrapporten, jf. bilag 3, og fra Medieudvalgets regnegruppe, jf. bilag 4.

Omsætningen for tv-reklamer er vokset væsentligt kraftigere end omsætningen for radioreklamer. Tv-reklamernes andel af den samlede reklameomsætning i Danmark i perioden 1990-95 er steget fra 9% til 16%.

For lokal-tv's vedkommende skal det bemærkes, at en enkelt station - Kanal 2 - tegner sig for ca. 3/4 af den samlede omsætning.

Omsætningen på tekst-tv indgår i opgørelsen. Denne omsætning er beregnet til 4,5 mio.kr. i 1993 og 8,5 mio.kr. i 1994. I 1995 og 1996 forventes omsætningen at blive hhv. 19 mio.kr. og 27 mio.kr. Alt tyder således på, at tekst-tv vil stige kraftigt i omsætning i de kommende år.

Figur 6



Omsætningen på abonnements-tv (pay-tv) indgår ikke i opgørelsen. I konsulentrapporten, jf. bilag 3, estimeres dette markeds størrelse til 130-140 mio. kr. i 1994. Dette marked er vurderet til stigninger på 10-12% om året fra 1990 til idag.

5.5 Udgifter til tv-programmer

Mens de foregående afsnit beskæftigede sig med indtægtsmuligheder for de elektroniske medier, handler dette afsnit om omkostninger, nærmere bestemt om udgifterne til tv-programmer.

Det skal indledende bemærkes, at tv's økonomi ikke kan sammenlignes med de trykte mediers. Film og tv-programmer kan genbruges i modsætning til indholdet af de trykte medier. Som konsekvens heraf er import af tv-programmer til meget lave "genbrugspriser" en vigtig del af tv-markedet. Udenlandske tv-programmer spiller også en vigtig rolle, fordi den sproglige barriere ikke er nær så høj (den overvindes med tekstning) for tv som for trykte medier. Disse grundlæggende forhold for tv's økonomi er udgangspunktet for, at danske programmer fremtræder som langt dyrere end importerede programmer, selvom disse oprindeligt kan have langt højere produktionsomkostninger.

Omkostningerne for tv-stationer afhænger først og fremmest af programsammensætningen. Der er stor forskel på programudgifter mellem en tv-station med stor egenproduktion på den ene side og en tv-station, som ikke selv producerer, men hovedsageligt sender færdigproducerede udenlandske programmer, på den anden side.

Dette afsnit viser variationer i timepriser for programmer inden for hver kategori, og der angives gennemsnitlige timepriser for programkategorierne. Opførelsen er lavet på basis af flere danske tv-stationers programudgifter i 1994 og inkluderer tv-stationernes administrationsomkostninger. Inden for hver kategori kan timepriserne variere meget, og priserne vil altid være afhængige af forudsætningerne for det enkelte program, jf. beskrivelsen af de enkelte programkategorier nedenfor.

Tabel 10

Omkostninger til tv-programmer (1.000 kr.)			
Programkategorier	Skønnet gennemsnit pr. time (danske programmer)	Spredning (danske programmer)	Prisrelation dansk : udenlandsk
<i>Landsdækk. nyheder</i>	400	200 - 600	ej relevant
<i>Aktualitet og debat</i>	600	150 - 1.500	ej relevant
<i>Oplysning og kultur</i>	500	200 - 2.000	5 : 1
<i>Dramatik og fiktion</i>	1.800	600 - 15.000	20 : 1
<i>Musik</i>	700	200 - 1.200	7 : 1
<i>Underholdning</i>	500	250 - 3.800	5 : 1
<i>Sport</i>	250		2 : 1

Trods disse forbehold er der efter Medieudvalgets opfattelse alligevel tale om oplysninger, som kan indgå i grundlaget for diskussionen om mediepolitiske modeller.

Tabel 10 viser gennemsnits-timepriser for danske programmer inden for de forskellige programkategorier, spredningen mellem de dyre og de billige

danske programmer samt prisforholdet mellem danske og udenlandske programmer. Gennemsnitsprisen er skønnet på baggrund af timepriser sammenholdt med antallet af sendetimer inden for den enkelte kategori i 1994. Opførelsen omfatter kun timepriser for førstegangssendsendelser. Timepriser for genudsendelser er - bortset fra dansk dramatik - generelt meget lave. Timeomkostningerne repræsenterer skønnede gennemsnit og angives i runde tal.

Landsdækkende nyheder, herunder sportsnyheder, er kun danske programmer. Spredningen er interessant, fordi almene nyheder eksklusive sportsnyheder er tre gange så dyre som sportsnyheder. Timeprisen for regionale og lokale tv-stationers nyhedsprogrammer kan - alt efter forholdene - ligge langt under gennemsnitsprisen, men der er - især for de lokale stationers vedkommende - en stor spredning.

Også for **aktualitet og debat** følger det af sagens natur, at der næsten kun er danske programmer. Udenlandske aktualitets- og debatprogrammer om eller til danskere er sjældne. Gennemsnitstimeprisen dækker over en spredning fra ca. 150.000 kr. for enkle studiesamtaler til ca. 1,5 mio. kr. for dokumentarprogrammer eller komplicerede studieprogrammer med indlagt ENG (*Electronic News Gathering*) og/eller SNG (*Satellite News Gathering*). Magasiner præget af en større redaktion og en betydelig research ligger tæt på det skønnede gennemsnit.

Oplysning og kultur består af både danske og udenlandske programmer. Timepriserne er henholdsvis 500.000 kr. og 100.000 kr. Det vil sige, at prisrelationen mellem danske og udenlandske programmer er 5:1. Også her er spredningen omkring de danske programmets gennemsnit meget betydelig. Spredningen går fra ca. 200.000 kr. pr. time for standardiserede transmissioner, over ca. 1 mio. kr. pr. time for komplicerede og researchede studieprogramserier til ca. 2 mio. kr. pr. time for filmede enkeltreportager eller dokumentarfilm.

Det er velkendt, at **dramatik og fiktion** er den dyreste programtype at producere. Gennemsnitsprisen for dansk tv-dramatik er 1,8 mio. kr. pr. time. Da den udenlandske dramatik i gennemsnit koster knap 100.000 kr. pr. time, er prisforholdet mellem dansk og udenlandsk tv-dramatik omkring 20:1. For det beløb en times dansk dramatik koster, kan man således sende 20 timers udenlandsk dramatik. Eller man skal reducere sendetiden med 20 timers udenlandsk dramatik for at få råd til en times dansk dramatik.

Der er en endnu større spredning af timepriserne inden for dramatik end for andre programtyper. Billigst er dukkedramatik for børn til ca. 350.000 kr. pr. time. Dukkendramatikken er dog så speciel, at den er holdt uden for spredningsoversigten.

Dramatik med skuespillere kan inddeles i tre niveauer:

- 1) Enkel, filmet børnedramatik med få skuespillere, studieproducerede

enkeltspil eller serier ligger mellem 600.000 kr. og 4 mio. kr. pr. time. Afgørende er antallet af skuespillere og antallet af afsnit.

- 2) På mellemniveauet findes serier og enkeltspil på film i nutidsomgivelser med flere skuespillere til 4-11 mio. kr. pr. time.
- 3) Den dyreste danske dramatik er historiske serier med mange medvirkende og store designudgifter (dekoration, kostumer m.v.), hvor timeprisen kan være 15 mio. kr. eller mere.

Når gennemsnitsprisen på denne baggrund er angivet som 1,8 mio. kr. i timen, viser det, at dansk tv-dramatik kvantitativt domineres af de billigere former. Den billigste dramatik koster i gennemsnit stort set det samme som de dyreste faktaprogrammer.

Danske spillefilm i tv er et eksempel på "genbrug" af dansk dramatik. Prisen afhænger af produktionsform og eventuelle produktionsaftaler samt filmens popularitet. Den gennemsnitlige timepris er omkring 600.000 kr. Som det fremgår ved sammenligning med tallene ovenfor, er spillefilm således et prismæssigt attraktivt alternativ til tv-dramatik.

Med hensyn til udenlandske dramatik- og fiktionsprogrammer henter danske tv-stationer traditionelt langt den største del i USA og Storbritannien. Prisstigningerne på disse programmer har været beherskede, selvom der de seneste år er kommet flere udbydere i Danmark, og konkurrencen derved er skærpet.

Det må dog forventes, at prisstigningerne vil eskalere. Der har allerede vist sig tegn herpå. Årsagerne er tv-stationernes ønske om at sikre sig de bedste programmer, behovet for "stærke" programmer på sendeplanen og det forhold, at flere skandinaviske tv-stationer køber ind sammen.

Selvom produktionen af tv-programmer er meget stor i Storbritannien og især i USA, er der i hver sæson kun ganske få programmer, der er så attraktive, at alle danske tv-stationer forsøger at købe dem, og det er ikke usandsynligt, at der i de næste par år vil være prisstigninger på i gennemsnit 20% om året. Udenlandske dramatik- og fiktionsprogrammer vil dog fortsat være blandt de billigste tv-programmer.

Samtidig ser distributørerne forøgede muligheder for at afsætte programmer, hvorfor de typisk kræver, at de attraktive programmer "pakkes" med andre, mindre attraktive programmer. Hvis dette forhold regnes med, kan prisniveauet for udenlandske programmer stige yderligere.

Musik er et relativt lille programområde. Kategorien indeholder programmer lige fra dansk producerede koncerter med symfoniske orkestre og solister til musikvideoer. De danske tv-produktioner er dyre - op til 1,2 mio. kr. pr. time - mens udenlandsk producerede koncerter ligger på niveau med udenlandsk dramatik og fiktion, og de allerbilligste programmer er musikvideoer. Musikvideoerne betragtes ofte af musikere og pladeselskaber som en del af markedsførin-

gen, hvorfor prisen formentligt ikke altid dækker de faktiske produktionsomkostninger.

Underholdning består fortrinsvis af dansk producerede programmer. Næst efter dramatik og fiktion er underholdning den kategori, der rummer de dyreste danske programmer. Direkte transmissioner fra store, arrangerede begivenheder kan koste tre til fire gange så meget som gennemsnittet. Underholdning kan dog også produceres væsentligt billigere, eksempelvis i serier (quiz-programmer m.v.).

Kategorien *sport* indeholder transmission af sportsbegivenheder og særlige sportsudsendelser, mens sportsnyheder som nævnt er placeret under kategorien nyheder. Sport er den billigste type af danske programmer, men er til gengæld blandt de dyreste udenlandske programmer.

Stigningen i priser på rettigheder til sportsbegivenheder har været betydelig de seneste år. Den internationale vækst i antallet af tv-kanaler, især reklamefinansierede satellit-kanaler og betalingskanaler, vil bevirke en yderligere forøget konkurrence om rettighederne til attraktivt programstof på sportsområdet. Rettighederne til attraktive danske sportsgrene er også påvirket af denne udvikling. I 1996 dækker DR-TV og TV 2 for første gang de olympiske lege i fællesskab. Baggrunden herfor er bl.a. det store beløb, der kræves af den internationale rettighedshaver.

Programmer til børn (målgruppe: 3-12 år) indgår i alle de ovennævnte programkategorier. Når børneprogrammerne skilles ud, koster de inden for samme produktionsformer naturligvis det samme som voksenprogrammer. Danske programmer for børn findes som enkle studieprogrammer til mellem 200.000 kr. og 400.000 kr. pr. time. Mere dramatiserede indslag koster 500.000-600.000 kr. pr. time, og aktualitetsprogrammer med en redaktion koster - ligesom for voksne - ca. 900.000 kr. pr. time. Børnedramatikken, som den kendes, er allerede ovenfor placeret som den billigste dramatik overhovedet. Det skyldes ønsket om at kunne sende dramatik til børn næsten dagligt. Da udenlandsk børnedramatik typisk koster det samme som voksendramatik (ca. 100.000 i timen), bliver prisforholdet mellem dansk og udenlandsk børnedramatik kun ca. 10:1.

Sammenfattende kan det siges, at for visse programtyper - nyheder, aktualitet/debat og underholdning - er udenlandske indkøb ikke et relevant alternativ til danske programmer. Udenlandske indkøb er derimod realistiske muligheder inden for oplysning/kultur, dramatik, musik, børneprogrammer og sport, men der er store variationer mellem programkategorierne i prisforholdet mellem danske og udenlandske programmer.

5.6 Udviklingen i de kommende år

5.6.1 Forudsætninger

Såvel Medieudvalgets regnegruppe bestående af markedets centrale aktører som konsulentfirmaet KPMG C.Jespersen Management A/S har analyseret og fremskrevet udviklingen i reklameomsætning på radio- og tv-området i Danmark. Regnegruppens prognoser går frem til år 2000, mens konsulentfirmaets går til 2005. Resultaterne heraf er udførligt beskrevet i bilag 3 og 4. I dette afsnit præsenteres hovedresultaterne med særlig vægt på regnegruppens resultater.

Udviklingen i reklameomsætningen og herunder den del af reklameomsætningen, som vedrører de elektroniske medier, er fremfor alt afhængig af udviklingen i samfundsøkonomien som helhed. Analyserne har derfor været foretaget både under forudsætning af høj vækst (3 %) i bruttonationalproduktet (BNP) og lav vækst (1 %).

Foruden udviklingen i samfundsøkonomien som helhed er der tre andre forhold af særlig betydning:

- Udviklingen i medieomsætningens andel af BNP.
- Udviklingen i radio- og tv-reklamens andel af medieomsætningen.
- Udviklingen i befolkningens muligheder for at modtage radio og tv.

Forventningerne til udviklingen i disse faktorer er nærmere beskrevet i bilag 3-4. Det er regnegruppens forventninger (bilag 4), som ligger til grund for de følgende prognoser.

5.6.2 Udviklingen i radioreklame

Prognoserne på radioområdet viser en forholdsvis beskeden stigning i den samlede omsætning. Det er tænkeligt, at der er et større økonomisk potentiale i radioreklame, men det er ikke skønnet at kunne realiseres inden for fem år. Årsagen hertil er bl.a., at dette marked indtil videre har været præget af en del uro.

Tabel 11

Omsætning radioreklame					
<i>Mio. kr.</i>	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Status quo</i>	126	130	131	139	145
<i>Netværk</i>	135	139	140	149	155

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Tabel 11 viser dels en fremskrivning i reklameomsætningen under et uændret regelsæt og dels virkningen af at tillade netværk. Det fremgår, at indførelse af netværk betyder et "løft" i omsætningen på ca. 10 mio. kr.

Det diskuteres, om den ledige landsdækkende FM-kanal skal etableres som en reklamefinansieret radiokanal. Tabel 12 viser, hvilken virkning det vil få for lokalradioernes reklameomsætning.

Tabel 12

Omsætning radioreklame (kommercielt P4)					
<i>Mio. kr.</i>	1996	1997	1998	1999	2000
<i>P4</i>	60	70	75	80	83
<i>Lokalradioer</i>	103	94	91	91	92
<i>I alt</i>	163	164	166	171	175

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Tabellen viser, at nok betyder en landsdækkende kommerciel radiokanal en væsentlig nedgang i omsætningen for lokalradioerne, men samtidig tilføres radiomediet som sådan nye reklamemidler.

Det er tidligere nævnt, at en ændring af frekvensplanlægningen, således at der etableredes en række lokalradioer med stærkere sendestyrke, er blevet overvejet. Tabel 13 viser virkningen af at der etableres 37 "stærke", kommercielle lokalradioer. Det er samtidig forudsat, at de øvrige lokalradioer fortsat må sende reklamer.

Tabel 13

Omsætning radioreklame (lag af kommercielle 3 kW-sendere)					
<i>Mio. kr.</i>	1996	1997	1998	1999	2000
<i>37 "stærke" radioer</i>	120	124	125	133	139
<i>Små lokalradioer</i>	29	30	30	32	33
<i>I alt</i>	149	154	155	165	172

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Ligesom indførelsen af en kommerciel, landsdækkende radiokanal betyder det nye lag af 3 kW-radioer, at der samlet set tilføres flere midler, omend det går langsommere end i P4-scenariet. Langt den største del af omsætningen vil blive

koncentreret på de "stærke", kommercielle radioer, der vil få næsten lige så stor omsætning som alle lokalradioer tilsammen i "status quo" scenariet.

5.6.3 Udviklingen i tv-reklame

Udviklingen er fremskrevet under flere forskellige forudsætninger. For det første er den samlede omsætning fremskrevet under forudsætning af henholdsvis 3% og 1% vækst i BNP. Tabel 14 viser denne fremskrivning. Det fremgår, at udviklingen i BNP spiller en betydelig rolle for reklameomsætningen.

Tabel 14

Tv-reklame i Danmark 1995-2000						
Mio. kr.	1995	1996	1997	1998	1999	2000
3% vækst	1.445	1.563	1.695	1.825	1.962	2.086
1% vækst	1.445	1.463	1.478	1.494	1.510	1.526

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe. Beløbene er angivet i 1995-priser.

Tabel 15 viser fordelingen af reklameomsætningen mellem tv-stationerne uden nye aktører.

Tabel 15

Omsætning tv-reklame (uden nye aktører)								
%	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TV 2	76	73	71	68	65	62	59	56
TV3	16	20	21	23	26	29	32	35
ZTV/TV6	-	-	1	2	3	4	5	6
Lokal-tv	8	8	8	7	6	5	4	3
Local insert	-	-	-	-	-	-	-	-
Ny satellit	-	-	-	-	-	-	-	-
I alt	100	101	101	99	100	100	100	100

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Som det fremgår af tabellen forventes TV 2s (TVRs) andel af omsætningen at falde til fordel for satellit-stationerne, TV3, ZTV og TV6. Denne udvikling

hænger sammen med TV3s fremgang i seerandele, bl.a. som følge af at stadig flere husstande vil blive i stand til at modtage satellit-tv, jf. kap. 4.11.

Tabel 16 viser udviklingen under forudsætning af, at lokal-tv-netværk ikke tillades, men at der introduceres nye satellit-kanaler. Denne fremskrivning er således også baseret på den gældende lovgivning.

Tabel 16

Omsætning tv-reklame (ej netværk, nye satellit-kanaler)								
%	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TV 2	76	73	71	67	62	57	54	51
TV3	16	20	21	20	20	21	22	22
ZTV/TV6	-	-	1	1	3	4	4	4
Lokal-tv	8	8	8	6	5	5	4	4
Local insert	-	-	-	-	-	-	-	-
Ny satellit	-	-	-	6	10	13	16	19
I alt	100	101	101	100	100	100	100	100

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Tabel 17 viser alene virkningen af at tillade netværk på lokal-tv-området. Der er således ikke regnet med nye satellit-kanaler.

Tabel 17

Omsætning tv-reklame (netværk lokal-tv)								
%	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TV 2	76	73	71	64	61	57	54	49
TV3	16	20	21	22	23	24	25	27
ZTV/TV6	-	-	1	2	2	3	3	4
Lokal-tv	8	8	8	12	14	16	18	20
Local insert	-	-	-	-	-	-	-	-
Ny satellit	-	-	-	-	-	-	-	-
I alt	100	101	100	100	100	101	100	100

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

For TV 2s vedkommende er virkningen af nye satellit-kanaler, der vurderes til at kunne få en andel af omsætningen på 19 % (se tabel 16), ikke særligt forskellig fra virkningen af at tillade lokal-tv-netværk. TV 2 estimeres til en andel på 51 % i tabel 16 mod 49 % i tabel 17. Det svarer til en forskel på 42 mio.kr. i år 2000 i 3%-fremskrivningen.

For lokal-tv betyder udviklingen, som er vist i tabel 16, en andel af omsætningen på 4 % mod 20 %, hvis netværk tillades.

Tabel 18

Omsætning tv-reklame (netværk, nye satellit-kanaler, local insert fra 1999)								
%	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>TV 2</i>	76	73	71	63	58	53	46	43
<i>TV3</i>	16	20	21	20	19	20	20	21
<i>ZTV/TV6</i>	-	-	1	1	1	2	4	4
<i>Lokal-tv</i>	8	8	8	13	16	16	17	18
<i>Local insert</i>	-	-	-	-	-	-	1	1
<i>Ny satellit</i>	-	-	-	3	6	9	12	13
<i>I alt</i>	100	101	101	100	100	100	100	100

Kilde: Medieudvalgets regnegruppe

Indførelsen af netværk for lokal-tv, der således i højere grad vil fremstå som en landsdækkende kanal, vurderes at betyde, at lokal-tv kan opnå 20 % af reklameomsætningen i år 2000. Med en BNP-stigning på 3 % om året svarer det til 417 mio.kr. Det vil i særlig grad være TV 2, som bliver "ramt" af dette. TV 2 vil i år 2000 have 146 mio.kr. mindre i omsætning.

Tabel 18 viser virkningen af - foruden netværk - at tillade såkaldt local inserts fra 1999. Desuden forventes der at dukke flere satellit-kanaler op. Tabellen viser, at TV 2 så kun vil kunne opnå en andel på 43 % af det samlede provenu.

6. Mediepolitiske helhedsmodeller

6.1 Indledning

I dette kapitel gennemgås de modeller for samlede løsninger på de elektroniske mediers område, som er blevet fremlagt i forbindelse med Medieudvalgets arbejde med betænkningen. Som sammenfatning er anført en skematisk sammenligning af de økonomiske konsekvenser af modellerne.

Modellerne spænder fra næsten total liberalisering til en stærk statsregulering. Mellem disse yderpunkter er der foreslået en række mellem-løsninger, som varierer på forskellig vis.

I gennemgangen af de enkelte modeller ses der først på de overordnede politiske mål. Derefter beskrives modellens konkrete forslag, og til sidst vurderes konsekvenserne i forhold til det danske reklamemarked.

De fleste modeller er udarbejdet af medlemmer af Medieudvalget, men enkelte modeller er dog udarbejdet af andre. Model I og X er udarbejdet som en form for ekstremer for at illustrere, hvor langt det er praktisk muligt at gå i retning af hhv. liberalisering eller statsstyring.

Efter udarbejdelsen af de økonomiske konsekvensvurderinger, har et medlem af Medieudvalget, Raymond Olsen, ønsket at få medtaget yderligere en model. Denne model er anbragt som afslutning på kapitlet (Model A).

De økonomiske konsekvensberegninger

Vurderingerne af de økonomiske konsekvenser bygger på en rapport udarbejdet for Medieudvalget. Denne rapport er i sin helhed vedlagt som bilag 3. Såfremt man måtte ønske en detaljeret gennemgang af vurderingerne og deres præmisser, henvises til dette bilag. I dette kapitel er medtaget konsekvenserne for tv, radio, dagblade og magasiner. I bilaget er endvidere foretaget en vurdering af "nye medier", biograf- og outdoorsreklamering. I de skematiske oversigter vil disse reklamemedier være sammenfattet under "øvrige".

Som reference for fremskrivningen af modellerne er opstillet et scenario, der tager udgangspunkt i den nuværende situation på mediemarkedet. Referencescenariet er som de opstillede modeller fremskrevet til år 2005. Denne fremskrivning er baseret på status quo med hensyn til:

- Den eksisterende lovgivning på området hvor blandt andet annoncering i radio og tv vil være uændret.

- Der vil være uændret aktivitetsniveau i forbindelse med uformelle netværksdannelser m.v.
- TV 3's sendemæssige konstruktion vil fortsætte i uændret form.
- Udviklingen i sening fortsat vil være meget svagt stigende.
- Digitale radio- og tv-kanaler vil blive introduceret, men disse antages i referencescenariet alene at have distributions- og sendeteknisk effekt.
- Pay-tv og video-on-demand vil være medier, der ikke har blandingsfinansiering, men alene vil være baseret på brugerbetaling.
- Nye medieformer vil dukke op på markedet omkring 1998. Omsætningen i disse nye medietyper antages at være nye økonomiske ressourcer, der tilføres mediemarkedet.

Fremskrivningerne af reklamemarkedets udvikling er sket under forudsætning af en årlig stigning i bruttonationalproduktet på 3 %. I den skematiske sammenfatning sidst i dette kapitel er endvidere anført en fremskrivning, der hviler på en årlig stigning i bruttonationalproduktet på 1 %.

6.2 Model I

6.2.1 Mediepolitisk mål

Denne model tager udgangspunkt i den enkelte borgers muligheder for at udnytte sine økonomiske, sociale og kulturelle rettigheder. Den enkelte borger skal sikres *reelle* valgmuligheder, og det kan i et demokratisk samfund kun ske, hvis medierne er sikret fuldstændig uafhængighed af statsmagten. Dette forudsætter en omfattende frihed på hele medieområdet.

Modellen anser *public service* diskussionen for en stor fejltagelse og et forkert udgangspunkt i mediedebatten. Med flere indbyrdes konkurrerende radio- og tv-stationer har begrebet tabt sin mening, både indholdsmæssigt og historisk. Derfor afskaffes begrebet, ligesom de hidtidige institutioner, knyttet til *public service*, nedlægges.

6.2.2 Modellens indhold

Licensen afskaffes, og forbrugerne stilles helt frit i forhold til, hvordan og hvor meget de vil betale for deres radio- og tv-forbrug.

Der indføres de samme ejer- og koncentrationsbegrænsninger, som gælder for det øvrige erhvervsliv - dvs. næsten ingen begrænsninger.

Der indføres helt frie finansieringsforhold, dvs. frie reklameregler, frie regler for betalings-tv og for tilskud til programvirksomhed.

De nuværende regionale og lokale radio- og tv-områder opretholdes.

DR og TV 2 lukkes. Bygninger og materiel sælges.

De to analoge, nationale tv-kanaler udbydes i koncession i en 15 års periode. Der stilles ingen programkrav. De højstbydende skal have koncessionerne.

De fire digitale, nationale kanaler udbydes i koncession i en 20 års periode. Der stilles ingen programkrav. De højstbydende skal have koncessionerne. På samme måde udbydes de fire nationale FM-radiokanaler.

De otte regionale tv-stationer udbydes som vinduer med egne reklameindslag i den anden analoge tv-kanals (TV 2) udsendelser i 15 års koncessioner. Netværk tillades, og der stilles ingen programkrav.

De lokale radio- og tv-stationer lukkes, når deres sendetilladelser udløber. Derefter udbydes de i koncession i en 10 års periode. Der stilles ingen programkrav, og netværk tillades.

Der indføres ingen særregler for kabel-virksomhed hverken med hensyn til ejerforhold eller programvirksomhed.

6.2.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 4% i 1997-1999, 8% i 2000, 10% i 2001-2002, 8% i 2003, 6% i 2004 og 5% i 2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Det er vurderingen at EU-reklamedirektivet vil have en større effekt for denne model (og model nr. II, udarbejdet af Niels Thomsen) end de øvrige modeller. Nettoeffekten skønnes at blive på ialt 200 mio. kr., fordelt på 75 mio. kr. som følge af, at det bliver tilladt at reklamere for flere produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin), og 125 mio. kr. fordi det bliver tilladt at afbryde programmerne for at bringe reklamer (breaks).
- På de landsdækkende kanaler vil der gælde koncessionsregler både på de fire digitale kanaler og på de to analoge kanaler. Det betyder at tv-mediets sendeflade udvides markant. Hvilket igen vil betyde signifikante ændringer for hele mediebilledet og reklamefordelingen.
- På grund af den store udvidelse af antallet af reklamefinansierede stationer, med en dertil hørende markant kapacitetsudvidelse, vil man opleve et kraftigt prisfald for GRP (kontaktpriisen: det vil sige, den pris det

koster en annoncør "at nå" én seer), idet det vil blive købers marked med væsentlig konkurrence mellem de nye tv-kanaler. Prisfaldet antages at ville resultere i, at tv-markedets vækst vil være beskedent de første år, selv om der kommer mange tv-kanaler. Prisfaldet medfører desuden, at der vil tiltrækkes nye annoncører, som før annoncerede i dagblade og magasiner, idet kontaktpriisen for tv-reklamer vil nærme sig prisen for reklamer i dagblade og magasiner. Det er dog vurderingen, at prisniveauet vil stabilisere sig, når de enkelte kanaler har fundet deres sendeprofil.

I forhold til en række af de øvrige modeller, hvor udbudet af reklametid i primetime er den stærkest begrænsende faktor, er denne model kendetegnet ved, at de begrænsende faktorer vil være landets økonomiske udvikling og størrelse, reklameniveauet pr. indbygger, erhvervsstrukturen og den danske mentalitet, det vil sige den eventuelle modvilje mod en stor reklameintensitet i medierne.

Radio

Vækst p.a.: 7% i 1997-2000 og 5% i 2001-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Der vil blive udbudt fire landsdækkende kommercielle radiokanaler på FM-båndet. Det skønnes at der ligger et stort reklamepotentiale for disse landsdækkende kanaler. Det skønnes, at omsætningen vil stige med 30 mio. kr. i 1997, 30 mio. kr. i 1998, 20 mio. kr. i 1999 og 10 mio. kr. i 2000. Den danske radioreklames andel vil i år 2005 være 2,4% af det samlede medieforbrug.
- Det skønnes endvidere, at nye produkter på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr. i 1997.

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997 - 1998, 2,25% i 1999-2001 og 2% i 2002-2005.

Det er vurderingen, at dagbladene vil miste markedsandele, når tv-mediet bliver styrket i en så stor grad, som det er tilfældet i denne model.

Det forventede fald i kontaktpriisen for tv-mediet vil sætte dagbladene under stort pres, da kontaktpriisen på tv, dagblade og magasiner vil nærme sig hinanden. Der er dog stadig de store produktionsomkostninger i forbindelse med produktionen af tv-reklamer at tage hensyn til, når annoncererne skal vælge mellem de to medier.

Magasiner:

Vækst p.a.: 3,0% i 1997-1998 og 2,75% i 1998-2005.

Magasiner vil opleve de samme mekanismer, som tilfældet er for dagbladene. Effekten antages dog at blive noget mindre, fordi de tv-orienterede ugeblade i denne gruppe (SE&HØR og BilledBladet) formodentlig vil opleve en substitution med tv-mediet. Det er derfor primært de traditionelle ugeblade, som vil opleve en øget konkurrence.

Tabel 19

Model I						
Medier	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
TV	1.445	3.100	2.288	16,0	23,4	18,5
Radio	109	334	146	1,2	2,5	1,2
Dagblade	4.792	6.060	6.164	53,2	45,8	49,8
Magasiner	2.477	3.273	3.329	27,5	24,7	26,9
Øvrige	183	460	460	2,0	3,5	3,7
I alt	9.006	13.227	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.3 Model II

6.3.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Niels Thomsen. Modellens mål er at afvikle den nuværende "negative" mediepolitik, som er præget af forbud og restriktioner. Man bør kun bevare regler for kanaltildeling, som binder i antallet af tilgængelige frekvenser, og etableringsregler, som er nødvendige for at sikre gennemskuelighed og programansvarlighed.

Desuden skal det være muligt i længden at opretholde et tilbud af solid information, åben debat, undervisning og kvalificeret kulturstof i både radio og tv.

6.3.2 Modellens indhold

Frekvensfordeling skal ske i et koncessionsråd eller elektronisk medienævn bestående af uafhængige eksperter med kendskab til områdets teknik, økonomi og medieudvikling. Hertil knyttes et sagkyndigt sekretariat, der tilvejebringer en løbende registrering af ejerforhold, ledelse, regnskaber, økonomi og programvirksomhed (statistik m.v.).

Man kan i første omgang gå ud fra den gældende fordeling og så siden gradvist supplere, når nye veje åbnes, og omfordele når de åremålsbegrænsede koncessioner skal forlænges. Udgangspunktet skal her være ansøgernes evne og vilje til at rejse de fornødne start- og garantibeløb og til at tilrettelægge et bæredygtigt driftsgrundlag.

DRs og TV 2s særstilling ophæves. Licensopkrævningen og de fleste begrænsninger på lokal- og regionalstationernes organisationsform, samarbejds-muligheder og programmer ophæves. DR og TV 2 sættes på aktier, og indtægtsgrundlaget ændres fra licens til koncessioneret eller sponsoreret program-virksomhed, jvf. nedenfor, og reklamer.

Ifølge modellen har staten, som et led i den positive mediepolitik, pligt til at organisere de kvalitetstilbud, som er nødvendige for samfundets trivsel, men ikke kan eksistere i privat regi.

Disse tilbud kan ikke defineres ud fra producent- eller transmissionsvirksomhedens ejer- eller indtægtsforhold, men alene efter kvalitetsmål. Høje krav om pålidelighed, samfundsmæssig relevans, uafhængighed og integritet, balance og alsidighed skal have første prioritet i produktionen - med virkning for valg og kritik af både emner, kilder, formidlingsformer, medarbejdere og ledelse.

I lyset af det medieudbud, der vil fremkomme fra anden side, kan man afstikke et virkefelt for den koncessionerede programproduktion til et overskueligt omfang og begrænsede omkostninger. Både lokal- og regionalstof, politistof, sport, popmusik, amerikanske actionfilm, gættelege, journalistisk telefon- og pladevendersnak, societyfilm og anden "familieunderholdning" skal nok komme fra markedet og lokale kræfter. Tilbage står opgaven med at producere og købe ind til følgende områder:

- En solid, grundig og afbalanceret dækning af det almene internationale og danske nyhedsstof med særlig vægt på politik og andre samfundsforhold.
- Baggrundsorientering og sagligt funderet debat inden for samme emne-kreds med systematisk inddragelse af de mange gode udenlandske reportagefilm samt dækning af forhandlingerne i folketinget, organisation- og partikongresser m.v.
- Uddannelsesstof på alle niveauer - fra støtteprogrammer for folkeskolen, over voksenundervisning og åbent universitet til orientering i både ny og tidløs forskning af almen interesse.
- Forbrugerorientering samt erhvervs- og arbejdsmarkedstof af mere almen karakter.
- Kulturstof på seriøst niveau - både orientering om nyskabelser, udviklingstendenser og aktivitetstilbud på hele kunstområdet og direkte for-

midling af væsentlige nye og klassiske kunstværker: dramatik, film, koncerter, fremvisning af billeder og arkitektur.

- Børneprogrammer, omfattende stof til voksne om børns trivsel og opdragelse, men hovedsageligt fortællinger, lege, sang, musik og film der er egnet og tilrettelagt for børns udvikling.
- Gudstjenester og andet religiøst stof der er opbygget og vægtet ud fra folks tilhørsforhold og vaner.

Produktionen af disse radio- og tv-programmer og sammensætningen af dem til fortløbende programmer bør udliciteres i store samlede blokke, først for et kortere åremål, siden for et noget længere (8-10 år), når den ønskede kvalitet er indarbejdet, og projektets økonomiske forsvarlighed er sikret. Modellen anser en samlet licitationskontrakt om en heldagsdækkende kanal for radio og tv - hver for sig eller sammen - for hensigtsmæssig, og med det givne udgangspunkt vil DR være et nærliggende valg.

De programmer, der produceres inden for licenskontrakten, udsendes sammen med indkøbte lodige serier og programmer gennem én radiokanal og én tv-kanal. Men de stilles også gratis til rådighed for lokale stationer, der her kan få et kvalitativt løft og en materiel lettelse. Det samme tilstræbes ved fri adgang til programsamarbejde gennem netværk m.v.

De lokale stationers og selskabers ejerforhold og økonomi er som andre elektroniske mediers underkastet en offentligt tilgængelig registrering. Men i øvrigt fungerer de på markedsvilkår uden statstilskud. De kan organiseres enten som almindelige erhvervsvirksomheder i privat- eller selskabseje, som foreningsorganer eller som ikke-profitgivende institutioner. Driften finansieres dels ved reklamer og annoncer, dels ved evt. frivillig trykknapp- og brugerbetaling, dels ved sponsoring samt private eller kommunale tilskud. Det er dog en forudsætning for sendetilladelsen, at stationens uafhængighed ikke gøres illusorisk ved tilskud fra én bestemt myndighed, ligesom der kan stilles specielle krav ved stationernes sammenlægning i kæder eller koncerner.

6.3.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen³²

TV

Vækst p.a.: 4% i 1997-1999, 8% i 2000, 10% i 2001-2002, 8% i 2003, 6% i 2004 og 5% i 2005.

³² Niels Thomsen har ønsket at anføre følgende: *De meddelte kalkuler over Mediernes forventede reklameindtægter i de kommende år antager, at der for dagspressen og magasinpressen under den foreslåede model vil være tale om en fuldstændig stagnation i indtægter - modsat de øvrige, ikke-markedsdirigerede modeller. Men det er nødvendigt her at fastholde, at både virksomhedsstrukturen i de elektroniske massemedier og reklamepriserne vil blive påvirket betydeligt af en så kraftig ændring af branchens vilkår som foreslået. Det betyder at de meddelte kalkuler ikke kan tillægges nogen betydning hér.*

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Det er vurderingen, at tv-direktivet vil have en større effekt for denne model (og model nr. 1) end de øvrige modeller. Nettoeffekten skønnes at blive på ialt 200 mio. kr., fordelt på 75 mio. kr. som følge af, at det bliver tilladt at reklamere for flere produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin), og 125 mio. kr. fordi det bliver tilladt at afbryde programmerne for at bringe reklamer (breaks).
- På de landsdækkende kanaler vil der gælde koncessionsregler både på de fire digitale kanaler og på de to analoge kanaler. Det betyder, at tv-mediets sendeflade udvides markant. Hvilket igen vil betyde signifikante ændringer for hele mediebildet og reklamefordelingen.
- På grund af den store udvidelse af antallet af reklamefinansierede stationer, med en dertil hørende markant kapacitetsudvidelse, vil man opleve et kraftigt prisfald for GRP (kontaktprisen: det vil sige, den pris det koster en annoncør "at nå" én seer), idet det vil blive købers marked med væsentlig konkurrence mellem de nye tv-kanaler. Prisfaldet vil resultere i, at tv-markedets vækst vil være beskedent de første år, selv om der kommer mange nye tv-kanaler. Prisfaldet medfører desuden, at der vil tiltrækkes nye annoncører, som før annoncerede i dagblade og magasiner, idet kontaktprisen for tv-reklamer vil nærme sig prisen for reklamer i dagblade og magasiner. Det er dog vurderingen, at prisniveauet vil stabilisere sig, når de enkelte kanaler har fundet deres sendeprofil.

I forhold til en række af de øvrige modeller, hvor udbudet af reklametid i primetime er den stærkest begrænsende faktor, er denne model kendetegnet ved, at de begrænsende faktorer vil være landets økonomiske udvikling og størrelse, reklameniveau pr. indbygger, erhvervsstrukturen og den danske mentalitet, det vil sige den eventuelle modvilje mod en stor reklameintensitet i medierne.

Radio

Vækst p.a.: 7% i 1997-2000 og 5% i 2001-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Der vil blive udbudt fire landsdækkende kommercielle radiokanaler på FM-båndet. Det er vurderingen, at der ligger et stort reklamepotentiale for disse landsdækkende kanaler. Det skønnes således, at omsætningen vil stige med 30 mio. kr. i 1997, 30 mio. kr. i 1998, 20 mio. kr. i 1999 og 10 mio. kr. i 2000. Den danske radioreklames andel vil i år 2005 være 2,4, % af det samlede medieforbrug.
- Det skønnes endvidere, at nye produkter på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr. i 1997.

Dagblade

Vækst p.a.: 3 % i 1997-1998, 2,25 % i 1999-2001 og 2 % i 2002-2005.

Det er vurderingen, at dagbladene vil miste markedsandele, når tv-mediet bliver styrket i en så stor grad, som det er tilfældet i denne model.

Det forventede fald i kontaktpriisen for tv-mediet vil sætte dagbladene under stort pres, da kontaktpriisen på tv og dagblade og magasiner vil nærme sig hinanden. Der er dog stadig de store produktionsomkostninger i forbindelse med produktionen af tv-reklamer at tage hensyn til, når annoncørerne skal vælge mellem de to medier.

Magasiner

Vækst p.a.: 3,0 % i 1997-1998 og 2,75 % i 1998-2005.

Magasiner vil opleve de samme mekanismer som tilfældet er for dagbladene. Effekten antages dog at blive noget mindre, fordi de tv-orienterede ugeblade i denne gruppe (f.eks. SE&HØR og BilledBladet) formodentlig vil opleve en substitution med tv-mediet. Det er derfor primært de traditionelle ugeblade, som vil opleve en øget konkurrence.

Tabel 20

Model II						
<i>Medier</i>	<i>Mio. kr.</i>			<i>%</i>		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
<i>TV</i>	1.445	3.100	2.288	16,0	23,4	18,5
<i>Radio</i>	109	334	146	1,2	2,5	1,2
<i>Dagblade</i>	4.792	6.060	6.164	53,2	45,8	49,8
<i>Magasiner</i>	2.477	3.273	3.329	27,5	24,7	26,9
<i>Øvrige</i>	183	460	460	2,0	3,5	3,7
<i>I alt</i>	9.006	13.227	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.4 Model III

6.4.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Poul Erik Magnussen. Modellen gør opmærksom på, at hele mediebilledet i Danmark er ændret i de senere år. Lyttere og seere

har fået mulighed for at vælge blandt et stort udbud af programmer fra både danske og udenlandske radio- og tv-stationer. Licensen er derfor ikke længere alene om at finansiere det stadigt voksende udbud, men er blevet suppleret af en voksende reklamefinansieret programvirksomhed. Udenlandsk ejede eller kontrollerede stationer sender nu med danske lyttere og seere som målgruppe. Denne udvikling er i virkeligheden kun lige begyndt.

I Danmark styres de elektroniske medier fortsat gennem et net af regler og lovgivning, som det er svært at gennemskue, og det er yderst tvivlsomt, om det i længden vil være muligt at sætte ret mange restriktioner for de elektroniske medier. Den teknologiske udvikling vil - uanset om alle finder det ønskeligt eller ej - føre til en næsten 100 % liberalisering i løbet af det næste årti.

Her overfor står det generelle hensyn til at ruste dansk tv og radio samt dansk tv- og radioproduktion, før liberaliseringen for alvor er en realitet. Hensynet til at bevare alsidige og mangfoldige kulturelle tilbud til danske lyttere og seere samt en uafhængig og tilstræbt objektiv national nyhedstjeneste bør have højeste prioritet.

Det mediepolitiske mål for denne model er således, at ytringsfrihed og valgfrihed, herunder valgmuligheder mellem alsidige, mangfoldige og dansk producerede programmer, skal forøges. Danskernes adgang til en væsentlig og tilstræbt objektiv nyhedsformidling skal sikres. Derfor skal etableringsretten, så langt som muligt, udvides i retning af forholdene for de trykte medier, under hensyn til at sendefrekvenser fortsat er en knap ressource.

6.4.2 Modellens indhold

For at opnå disse mål opstiller modellen tre krav, der skal opfyldes.

For det første skal der være to koordinerede tv-kanaler, som med fuld licensfinansiering kan sammensætte deres programudbud ud fra seernes ønsker og behov uden først at anlægge cost-benefit-hensyn, f.eks. med vægt på danske programmer, herunder både relativt dyre programmer (dramatik, dokumentar) og programmer til særlige målgrupper (børn og andre skiftende mindretalsinteresser) i den bedste sendetid for målgruppen.

For det andet skal licens- og reklamefinansiering holdes adskilt, så det private tv-tilbud kan udvikles i fri konkurrence inden for de rammer, der fremgår af det tredje krav nedenfor.

For det tredje skal nyheds- og aktualitetsprogrammer af et nærmere bestemt omfang sikres i det samlede system,

- nationalt med to selvstændige, kvalificerede tilbud,
- regionalt (over hele landet) og
- lokalt (hvor det er realistisk).

Disse geografisk bestemte samfundsopgaver løses ved licensbetalt public service, ved koncessionsbetingelser for adgang til de begrænsede frekvenser for private kanaler og/eller med skattemidler.

Modellen forestiller sig, at kravene kan realiseres ved anvendelse af en af de fire mulige digitale tv-kanaler på det hidtil ubenyttede landsdækkende frekvenssæt. To af de digitale kanaler tildeles DR. Den ene skal anvendes til parallelsending af den nuværende, landsdækkende kanal, og den anden til en ny supplementskanal. Regionerne kan deltage i begge disse DR-kanaler, således at de daglige regionale udsendelser placeres på den allerede nu landsdækkende kanal. Det nævnes i modellen, at regionerne reelt allerede er licensbetalte, og et samarbejde mellem DR-TV og regionerne ses som en klar følge af den velbegrundede deling mellem en licensbetalt og en kommerciel sektor i tv-systemet. De to koordinerede kanaler bør endvidere som en del af public service opgaven samarbejde med ikke-kommercielle lokale tv-stationer ved at åbne sendetidsvinduer for dem regionalt og landsdækkende. To kanaler hos DR vil efter modellens skøn kunne realiseres uden licensforhøjelse gennem bedre udnyttelse af eksisterende kapacitet og stordriftsfordelene.

Ifølge modellen er der brug for én national, reklamefinansieret kanal, nemlig på den nuværende TV 2-frekvens. Denne kanal skal baseres på en koncession, fordi den i praksis får et nationalt dækkende reklamemonopol. Koncessionsmodellen er generelt et smidigt redskab til at sikre de givne vilkårs overholdelse uden en politisk udpeget bestyrelse. F.eks. skal stationen have pligt til at drive en nyhedstjeneste på højt professionelt niveau og til at sende mindst 50 % danske programmer, ligesom der kan stilles krav til sammensætningen af ejerkredsen. Kanalen skal naturligvis ikke pålægges koordinering med de licensfinansierede kanaler. Koncessionen skal antagelig auktioneres, og den skal indebære at koncessionshaveren overtager TV 2 med aktiver og passiver.

Med hensyn til de to digitale kanaler, der ikke tildeles DR (i et eventuelt samarbejde med regionerne), kan TV 2 benytte den ene til parallelsending af det nuværende program. Der er ikke taget stilling til anvendelsen af den fjerde og sidste kanal. Det må afhænge af den mediepolitiske situation til den tid, hvad der er mest behov for.

Lokal-tv skal stilles frit, herunder med ret til at danne netværk. De lokale stationer vil få en lille hjælp ved regionernes overgang til licensfinansiering. De lokale stationer skal også have en koncession. Det vil endvidere være rimeligt af hensyn til konkurrencen med TV 2, at et lokalt netværk pålægges at finansiere en vis del lokale udsendelser, ligesom programfladen skal indeholde et minimum af danske programmer, stigende med netværkets mandsandel.

På satellit- og kabelområdet tillades "local inserts" af reklamer. Uden de hidtidige public service forpligtelser skal TV 2 ikke beskyttes mod denne konkurrence.

Ifølge modellen har den licensfinansierede radio de samme public service opgaver som tv med nyheds- og aktualitetsprogrammernes tilstræbte objektivitet og alsidighed samt kultur og folkeoplysning. Som medie udnyttes radioen bedst ved, at så mange kanaler som nødvendigt planlægges differentieret under samme hat. Derfor tildeler denne model den fjerde ubenyttede FM-kanal til DR, der endvidere skal kunne sende sine programmer på DAB, når dette bliver muligt. Dette skal give DR et fuldt udfoldet fire-kanal system på både FM og DAB. De øvrige DAB-sendemuligheder udbydes i koncession.

På det lokale radio-område foreslås den såkaldte to-lags model, hvor der afsættes ca. 25 1-3 kW-sendemuligheder til kommercielle lokalradioer. Radioerne kan danne netværk.

De ikke-kommercielle lokalradioer skal kunne støttes med skattemidler. Endvidere bør DR give plads - både regionalt og landsdækkende - for dele af disse radioers programmer.

6.4.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998, 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Local inserts i satellit- og kabelfødt tv vil medføre en ekstra vækst på 50 mio. kr. i 1997.
- Netværk og reklame på lokal-tv antages at få en effekt på 60 mio. kr. i 1997 og 50 mio. kr. i 1998. Det antages endvidere, at de lokale tv-kanaler vil modtage halvdelen af reklameprovenuet fra regionale tv-kanaler, som vil blive rent licensfinansierede. De nævnte beløb antages at være nye penge, der tilføres reklamemarkedet.
- Tilpasning af de danske regler til tv-direktivet antages at ville slå igennem på tre områder; nemlig:
 1. Flere produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin). Det vil have en effekt 50 mio. kr.
 2. Øget sendetid. Det vil have betydning i højsæsoner, og medføre en effekt på 25 mio. kr.
 3. Reklameafbrydelse af programmerne (breaks). Det vil kunne give en effekt på yderligere 100 mio. kr. Det er dog vanskeligt at vurdere effekten af breaks, fordi det vil være op til den enkelte tv-station at vælge en balance mellem det forretningsmæssige og hensynet til seernes tolerance.

Reklameomsætningen på TV 2s anden kanal vil afhænge af penetrationen for digital tv, jf. bilag 4.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

- At de regionale tv-kanaler vil blive licensfinansierede anslås at have en negativ effekt på -20 mio. kr. i 1997 og -15 mio. kr. i 1998.

Radio

Vækst p.a.: 6% i 1997-2000 og 4% i 2001-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Netværk vil medføre, at der bliver øget vækst for radioreklamer. Det forudsættes, at salgsorganisationen bliver udbygget i forhold til i dag, og lokalradioerne må forventes at få mere kommercielt fokus (effekt: 10 mio. kr. i 1997, 15 mio. kr. i 1998 og 20 mio. kr. i 1999).
- Det antages desuden, at nye produkter på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr i 1997.

Tabel 21

Model III						
Medier	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
TV	1.445	2.908	2.288	16,0	22,2	18,5
Radio	109	248	146	1,2	1,9	1,2
Dagblade	4.792	6.164	6.164	53,2	47,0	49,8
Magasiner	2.477	3.329	3.329	27,5	25,4	26,9
Øvrige	183	460	460	2,0	3,5	3,7
I alt	9.006	13.110	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997-1998, 2,5% i 1999-2001 og 2,25% i 2002-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er ovenstående vækstrater identiske med dem, der gælder for referencescenariet.

Magasiner

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er ovenstående vækstrater identiske med dem, der gælder for referencescenariet.

6.5 Model IV

6.5.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Bent Helvang. Ifølge modellen bør målet med fremtidens mediestruktur være, at der bliver plads til alle, der ønsker at være med.

Ud over det kulturpolitiske aspekt ved public service funktionen, der sikrer at alle facetter af det danske samfundsliv kommer til orde, er der også et geografisk og et erhvervspolitisk aspekt.

Ved at sikre, at alle niveauer af medier får mulighed for at eksistere, sikres der på nationalt, regionalt og lokalt plan et alsidigt udbud af medier, så forbrugerne får et righoldigt udvalg, både når det gælder information, nyheder og underholdning. Endelig sikrer attraktive forhold for de elektroniske medier i Danmark, at der bliver mulighed for på markedsøkonomisk basis at fastholde og udbygge en dansk medieindustri, som ikke alene økonomisk, men også kulturelt er af stor betydning for det danske samfund.

6.5.2 Modellens indhold

Modellen tager udgangspunkt i den nuværende frekvensfordeling samt de nuværende regler for satellitmedtagning. Det lægges endvidere til grund, at reklamereglerne løsnes, således at de svarer til minimumsreglerne i EU-direktivet. Under denne forudsætning forventes det, at tv-reklamemarkedet fordobles inden for fem år. På denne baggrund søger modellen at opstille en løsning, der skaffer plads til alle.

DR fortsætter som en licensfinansieret institution med public service forpligtelser. TV 2s hidtidige regionale stationer overgår til samarbejde med DR. Regional-tv er ifølge modellen en naturlig pendant til DRs regionalradio. De regionale tv-stationer bør derfor indgå i en licensfinansieret sammenhæng - enten som en del af eller i samarbejde med DR på DRs nuværende kanal. Som public service tv er det naturligt, at regional-tv er licensfinansieret.

Modellen anser det i længden for uholdbart for TV 2 at leve med de nuværende reklameregler, samtidig med at udenlandske satellitkanaler kan anvende mere lempelige regler. TV 2 (og andre tv-virksomheder) bør derfor have lov til at bruge de samme regler, nemlig tv-direktivets minimumsregler. Ad-

skillelsen mellem TV 2 og TVR er u hensigtsmæssig og omkostningskrævende og bør derfor ophæves, så TV 2 kan fungere som én sammenhængende enhed. Den nuværende blandingsfinansiering af TV 2 er også u hensigtsmæssig og bevirker, at stationen i modsætning til det rent licensfinansierede DR og rent reklamefinansierede kanaler skal tage modsatrettede hensyn. TV 2 bør derfor være 100% reklamefinansieret. Samtidig vil det være naturligt, at TV 2 frigøres fra sine public service forpligtelser, så stationen står frit i konkurrencen med de øvrige kommercielle tv-kanaler. Endelig foreslår modellen, at TV 2 omdannes til et statsligt aktieselskab, hvor private får mulighed for at købe aktier, men hvor staten i første omgang bevarer en bestemmende indflydelse. Senere kan man privatisere TV 2 helt.

Den såkaldte tredje landsdækkende kanal, som er ubenyttet, reserveres til fire digitalt udsendte tv-kanaler. Herved kan DR få en ekstra tv-kanal. Derudover har DR behov for at kunne parallelsende sit nuværende program. De to øvrige kanaler reserveres til TV 2 og lokal-tv, der ligeledes har behov for at kunne parallelsende digitalt for at følge med udviklingen. På denne måde sikres alle de danske kanaler en plads i den digitale fremtid.

De lokale tv-stationer bør stå frit med hensyn til at indgå netværkssamarbejde, så især provinsens lokale tv-stationer får økonomisk mulighed for at etablere en fuld programflade. Det er forudsætningen for, at de kan overleve i den skærpede konkurrence. Hvis der skal være en realistisk mulighed for, at de lokale tv-stationer kan planlægge og forrente deres betydelige investeringer, kræver det sendetilladelser af længere varighed end i dag. Sendetilladelseerne bør derfor være rullende 10-årige tilladelser. For at give større ensartethed og sikkerhed med hensyn til vilkårene for sendetilladelser bør der centralt fastsættes snævre rammer for, hvad de lokale nævn kan beslutte. Medlemmerne af de lokale nævn skal repræsentere såvel erhvervsmæssig som kulturel og mediemæssig indsigt. Med de mangeartede interesser, der i dag er repræsenteret på de enkelte lokale tv-frekvenser, vanskeliggør endelig bestræbelserne på at skabe en sammenhængende og attraktiv lokal programflade. Der bør derfor sættes en øvre grænse på fem sendetilladelseshavere pr. frekvens. Endelig bør sendestyrken forøges. Ændringerne for lokal-tv bør gennemføres allerede 1. januar 1996, da udviklingen i øjeblikket går meget hurtigt.

De ikke-kommercielle lokale tv-stationer, der opfattes som en del af en mere løs public service forpligtelse, kan sikres gennem offentlig støtte. Disse tv-stationer har ikke økonomisk mulighed for at realisere en fuld programflade og bør derfor sikres vinduer på andre tv-kanaler - mest naturligt på en licensfinansieret kanal.

Kabelfødt radio og tv samt satellitdistribueret radio og tv bør ikke pålægges andre restriktioner end dem, der er indbygget i EU-reglerne.

Den fjerde landsdækkende radiokanal tildeles DR. De frekvenser, der ikke er tildelt DR, fordeles til lokale radioer på en sådan måde, at flest muligt af de radioer, der ønsker kommerciel drift, opnår dækningsområder, der gør dette

muligt. Samtidig skal flest muligt af de ikke-kommercielle radioer gives en sendestyrke på 160 W.

De sidste 10 års udvikling inden for lokalradioområdet har desuden vist, at der er behov for at sikre såvel kommercielle som ikke-kommercielle lokalradioer, så begge typer får de udfoldelsesmuligheder, som de har behov for.

De lokale radiostationer bør stå frit med hensyn til netværkssamarbejde, således at lokalradioerne f.eks. kan etablere en fælles national nyhedsformidling. Da kommercielle lokalradioer må betragtes som virksomheder, bør de med hensyn til ejerskabsregler underlægges samme regler som det øvrige erhvervsliv, herunder de trykte medier.

Ligesom på tv-området bør tilladelserne være 10-årige rullende tilladelser af hensyn til investeringerne.

De nuværende reklameregler lægger en betydelig begrænsning på lokalradioernes indtægtsmuligheder set i forhold til andre medier. Der bør her gælde de samme regler som for øvrige elektroniske medier i overensstemmelse med tv-direktivet.

Ligesom for tv-området bør der sættes snævrere rammer for de lokale nævns kompetence. Der har været tendens til, at de lokale nævn stiller mere og mere præcise krav til programindholdet. Sådanne krav har i realiteten karakter af forhåndscensur og er, uanset om man i øvrigt måtte ønske at begrænse antallet af elektroniske medier, fuldstændig uforenelige med den grundlovssikrede ytringsfrihed.

Der er også brug for en forøgelse af de kommercielle lokalradioers sendeeffekt. Som udgangspunkt skal signalet over alt i sendetilladelsesområdet være af samme styrke som DRs programmer. For at opfylde dette krav må effekten være 3 kW og derudover skal senderen placeres i en forøget højde over jorden under hensyn til områdets udstrækning og geografiske beskaffenhed. De øvrige lokalradioer skal sættes op til 160 W sendestyrke.

For kommerciel lokalradiodrift er det uholdbart, at frekvensen skal deles med andre udbydere. Radioer, specielt i storbyer, kan have forskellige målgrupper. Kommerciel lokalradiodrift er samtidig også et konkurrencebetonet erhverv. Frekvensdeling med en konkurrent er ikke holdbar. Hvis én station har investeret mange penge i gode programmer med nyheder m.m. samt markedsføring af frekvensen, kan andre stationer på frekvensen blot optræde som "free riders". Desuden kan stationen, der ligger i "rygvind" på frekvensen, "dumpe" sine reklamepriser på grund af et lavere omkostningsniveau.

De lokale radioer bør ligesom DR have adgang til DAB-sendemuligheder.

Koda- og Gramex-afgifterne skal nedsættes, så de står i forhold til radioernes indtægter.

6.5.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Local inserts i satellit- og kabelfødt tv vil medføre en ekstra øget vækst på 50 mio. kr. i 1997.
- Netværk og reklame for lokal-tv antages at få en på effekt 60 mio. kr. i 1997 og 50 mio. kr. i 1998. Det antages desuden, at de lokale tv-kanaler vil modtage halvdelen af reklameprovenuet fra regionale tv-kanaler, som vil blive rent licensfinansieret. De ovenstående beløb antages at være nye penge i reklamemarkedet.
- Tilpasning af de danske regler til tv-direktivet antages at ville slå igennem på tre områder; nemlig:
 1. Flere produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin). Det vil have en effekt 50 mio. kr.
 2. Øget sendetid. Det vil have betydning i højsæsoner og medføre en effekt på 25 mio. kr.
 3. Reklameafbrydelse af programmerne (breaks). Det vil kunne give en effekt på yderligere 100 mio. kr. Det er dog vanskeligt at vurdere effekten for breaks, fordi det vil være op til den enkelte TV-station at vælge en balance mellem det forretningsmæssige og hensynet til seernes tolerance.

Reklameomsætningen på TV 2s anden kanal vil afhænge af penetrationen for digitalt tv.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

Hvis de regionale tv-kanaler bliver licensfinansierede, antages det at have en negativ effekt på -20 mio. kr. i 1997 og -15 mio. kr. i 1998.

Radio

Vækst p.a.: 6% i 1997-2000 og 4% i 2001-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- De eneste udbydere af reklame vil være de lokale stationer. Deres betingelser vil med dette forslag blive forbedret væsentligt, hvilket skyldes tre faktorer; netværk tillades, større sendestyrke og kun én sendetilladelse pr. frekvens.

- Det er vurderingen, at netværk vil kunne øge omsætningen med en effekt i 1997 på 15 mio. kr., i 1998 med 20 mio. kr. og i 1999 med 25 mio. kr. Den høje vækst skal ses på baggrund af, at det forventes, at de kommercielle stationer vil få et mere kommercielt fokus.
- Det er antagelsen, at nye produkter på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr. i 1997.

Tabel 22

Model IV						
Medier	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
TV	1.445	2.793	2.288	16,0	21,5	18,5
Radio	109	268	146	1,2	2,1	1,2
Dagblade	4.792	6.164	6.164	53,2	47,4	49,8
Magasiner	2.477	3.329	3.329	27,5	25,6	26,9
Øvrige	183	460	460	2,0	3,5	3,7
I alt	9.006	13.015	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997-1998, 2,5% i 1999-2001 og 2,25% i 2002-2005.

Det er vurderingen, at dagbladene på kort sigt ikke vil opleve et øget pres på grund af indførelse af en ekstra tv-kanal og en landsdækkende radiokanal.

Magasiner

Vækst p.a.: 3% fra 1997-2005.

De i modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er ovenstående vækstrate identisk med den, der er anført i referencescenariet.

6.6 Model V

6.6.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Anders Krarup. Modellen tager udgangspunkt i den øgede internationale konkurrence, som giver nye betingelser for den politiske beslutningsproces og danske medievirksomheder. DR og TV 2 vil møde

en stærkere konkurrence om seernes bevågenhed, og TV 2 vil få stærkere konkurrence på reklameindtægterne.

Det kan således ikke lade sig gøre at opretholde status quo i det danske medielandskab. Målet for dansk mediepolitik må på denne baggrund være at sikre de optimale organisatoriske og finansielle rammer for national og regional dansk tv-produktion.

6.6.2 Modellens indhold

Den stigende konkurrence fra udenlandske stationer og et stigende samlet tv-forbrug bekræfter behovet for en fortsat stærk dansk public service funktion.

Ifølge denne model er konkurrence mellem DR og TV 2 på nyheds- og aktualitetsområdet om at være bedst til at udsende programmer, som er attraktive, d.v.s. udbytterige, underholdende og engagerende, en nødvendighed for totalt set at sikre de danske seere et alsidigt og mangfoldigt kvalitetsudbud af tv-programmer.

Den store samlede markedsandel, DR og TV 2 har, er dokumentation for, at beslutningen om at oprette to selvstændige public service stationer har bragt styrke og dynamik til dansk fjernsyn.

De nødvendige muligheder for at udvikle og øge produktionen og udbudet af dansk fjernsyn sikres med en fordeling af de fire mulige, digitale, jordbaserede tv-kanaler fra 1998 med to kanaler til DR og to kanaler til TV 2 med mulighed for styrkelse af den danske produktion, herunder de regionale udsendelser.

De nødvendige investeringer i bl.a. digitalt tv foreslås finansieret med éngangsbeløb fra de opsparede licensmidler eller med årlige tilskud over licensen.

DR-TV skal fortsat finansieres med licens.

TV 2 omdannes til et statsligt aktieselskab, men skal fortsat finansieres med en blanding af licens, reklameindtægter og øvrige indtægter. Det anses herunder for væsentligt, at ejerskabet til UHF-sendernet til formelt tillægges TV 2, for at TV 2 kan udnytte nettet til nye tjenester og derigennem få optimale muligheder for at udbyde en bred vifte af ydelser på et forretningsmæssigt grundlag. Forholdet mellem reklame- og licensfinansiering foreslås vurderet ved samlede overvejelser hvert femte år af markedets udvikling og kravene til public service stationerne, herunder kravene til TV 2s regionale udsendelsesvirksomhed. De danske reklameregler skal tilpasses minimumsbegrænsningerne i EU-direktivet bortset fra, at reklameafbrydelser i programmerne ikke skal tillades.

Finansieringen skal sikre styrke til, at produktionen af dansk kvalitetsfjernsyn nationalt og regionalt fortsat kan udvikles i indbyrdes konkurrence mellem to

public service stationer - for TV 2s vedkommende i samarbejde med det private produktionsmiljø og regionerne.

Det anses i modellen for en forudsætning for et fortsat dansk produktionsmiljø, at TV 2 fastholdes på entreprisemodellen i en public service funktion med tilstrækkelige midler til den ønskede programvirksomhed og -udvikling.

Den fjerde landsdækkende FM-kanal tildeles TV 2, som hermed får øgede muligheder for at opfylde den del af public service funktionen, der består i at bidrage til borgernes mulighed for at ytre sig og modtage information. Her har navnlig radioen en funktion som folkeligt debatforum og oplysningsmedie.

Alsidigheden i udbudet af landsdækkende radio forekommer at være tilsvarende væsentlig. Med en uafhængig, public service funderet radiokanal drevet af TV 2 vil DRs nuværende monopol på landsdækkende radio kunne brydes uden omkostninger for statskassen.

DAB-frekvenserne bør følge tildelingen af de analoge kanaler, således at DR kan videreføre sine tre landsdækkende kanaler og de ni distrikter på DAB, og TV 2 kan videreføre den uafhængige radiokanal på DAB.

De lokale medier, der har deres styrke og berettigelse i at bidrage til en styrkelse af den lokale, demokratiske debat - public access-funktionen - opdeles i en tolagsstruktur, hvor medierne kan vælge mellem lokalt baseret reklamefinansiering eller finansiering under folkeoplysningsloven, evt. med kommunale tilskud.

De lokale medier må således vælge mellem denne finansieringsform eller rent kommercielle vilkår med lokale reklamer. De lokale medier må for at opfylde funktionen som lokale forpligtes på den lokale dimension i deres programudbud. Netværk tillades ikke. Sendetilladelserne udstedes fortsat lokalt.

6.6.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Tv-direktivet betyder at der vil blive tilført dette medie ekstra omsætning. Det skønnes at gruppen af nye produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin) vil øge dette marked med 50 mio. kr.
- Udvidelse af sendetiden for reklamer vurderes til at øge omsætningen med 25 mio. kr., idet kapaciteten i højsæsonperioden - hvor udnyttelsesgraden er tæt på 100% - bliver udvidet fra 10% til 15% reklametid pr. dag.

- Lokal-tv vil kunne få en positiv effekt på 10 mio. kr. på grund af indførelsen af breaks, idet det vil være op til den enkelte tv-station at vælge en balance mellem det forretningsmæssige og hensynet til seernes tolerance.

Alt i alt vil dette marked få tilført 85 mio. kr. i 1997. Det skønnes, at dette beløb vil blive tilført som en éngangseffekt via en øget reklameindsats fra annoncørernes side. Herefter vil disse produkter følge den anslåede vækstrate som beskrevet ovenfor.

Med hensyn til reklameomsætningen på TV 2s anden kanal, vil denne være afhængig af penetrationen for digitalt tv.

Tabel 23

Model V						
<i>Medier</i>	<i>Mio. kr.</i>			<i>%</i>		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
<i>TV</i>	1.445	2.614	2.288	16,0	20,3	18,5
<i>Radio</i>	109	298	146	1,2	2,3	1,2
<i>Dagblade</i>	4.792	6.164	6.164	53,2	47,9	49,8
<i>Magasiner</i>	2.477	3.329	3.329	27,5	25,9	26,9
<i>Øvrige</i>	183	460	460	2,0	3,6	3,7
<i>I alt</i>	9.006	12.866	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

Radio

Vækst p.a.: 6% i 1997-2000 og 5% i 2001-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- TV 2 får tildelt en landsdækkende radiokanal, der finansieres efter samme model som på tv-siden, nemlig via reklame og licens. TV 2 vil via TVR hurtigt kunne etablere en salgsorganisation. Konsekvenserne vil være, at radiomarkedet vil stige kraftigt. Det må forventes, at omsætningen på denne kanal vil tilføre markedet ekstra 30 mio. kr. i 1997, 30 mio. kr. i 1998 og 10 mio. kr. i 1999.
- Det vurderes at nye produkter på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr. i 1997.

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997-1998, 2,5% i 1999-2001 og 2,25% i 2002-2005.

Det antages at dagbladene på kort sigt ikke vil opleve et stort pres på grund af indførelsen af en ekstra tv-kanal og en landsdækkende radiokanal. Dog må presset på længere sigt formodes at vokse på dette medie.

Magasiner

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

De i modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er ovenstående vækstrate identisk med referencescenariets.

6.7 Model VI

6.7.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Frands Mortensen. Modellen søger at tage højde for den kendsgerning, at en kulturelt begrundet dansk mediepolitik for de elektroniske medier efter vedtagelsen af teleforligets fase 1 og i forventning om indholdet af dets fase 2 alene kan forholde sig til de jordbaserede sendemuligheder. En særlig dansk politik på kabelområdet er ikke realistisk, og en særlig dansk politik for anvendelsen af satellitkommunikation synes heller ikke fremgangsrig. Her kan kun fælleseuropæiske regler få fornøden gennemslagskraft (dog med forbehold for regler om reklameafbrydelser af programmerne).

Desuden søger modellen at fastholde den enestående position, de landsdækkende danske tv-kanaler har i forhold til nationens brug af tv-mediet. Netop fordi Danmark ikke har tilladt ren kommerciel udnyttelse af landsdækkende jordbaserede frekvenser, men reserveret dem til public service anvendelse, kan man konstatere et relativt stort forbrug af nationalt tv af en vis kvalitet. Den danske løsning med to public service tv-kanaler i indbyrdes konkurrence og med en blandingsfinansiering af den ene, mens den anden er rent licensfinansieret, der har været udsat for megen national kritik og international undren, har i praksis vist sig meget robust og succesrig. Den bør derfor videreføres så længe som muligt.

Herudover har modellen følgende målsætning:

- Inden for alle elektroniske medier skal der sikres et alsidigt, kvalitetsbetonet udbud af programmer med udgangspunkt i det danske.
- De nødvendige økonomiske midler til, at dette kan lade sig gøre, skal sikres.
- Der skal opbygges et sammenhængende system, hvor hver del skal indrettes efter helheden. Gensidig "kannibalisme" på de økonomiske

ressourcer skal minimeres. Alsidighed i udbudet skal have "førsteret" ved modgående hensyn.

- De frekvensmæssige forhold, der er valgbare, skal fastlægges ud fra dette grundlag.
- Aktørerne skal i øvrigt have så frie forhold som muligt.

6.7.2 Modellens indhold

DR deles i to helt selvstændige institutioner: TV 1 og DR-Radio. Institutionerne licensfinansieres, og de får egne bestyrelser og ledelser. DRs hidtidige licens deles mellem TV 1 og DR-Radio.

TV 2 opretholdes i sin nuværende skikkelse, dvs. med regioner, blandingsfinansiering og med restriktioner på reklameafbrydelse af programmerne. Der gennemføres gældssanering for TV 2, sammenlægning af TV 2 og TVR, friere budgetforhold m.v. TV 2s økonomi skal styrkes ved hjælp af forøget licens, som dels skal udfylde de mangler, der allerede er i dag, dels skal kompensere for det reklameindtægtstab, TV 2 kommer ud for i fremtiden.

Det tredje frekvenssæt for landsdækkende tv tages i brug omkring 1998 som fire digitale kanaler. To kanaler gives til TV 1 og to til TV 2.

Det fjerde landsdækkende FM-frekvenssæt gives til DR-Radio, der således får rådighed over alle fire radiokanaler, som kan koordineres i forhold til lytterne.

DAB-systemet udnyttes på den måde, at DR-Radio skaffes plads til paralleludsendelse af de eksisterende kanaler. De øvrige DAB-muligheder tages der ikke stilling til endnu. Det vil sige, at de indtil videre står ubrugte hen.

DR-Radio kan herefter frit samarbejde med begge de to uafhængige, landsdækkende public service tv-stationer.

Der oprettes mellem 20 og 30 lokale, reklamefinansierede radiostationer med større sendeeffekt end de nuværende lokalradioer. Disse stationer får monopol på radioreklame i deres geografiske område, hvilket betyder at de kan tjene så meget, at de kan levere en rimelig forbedring af kvaliteten - især på nyhedsområdet. At der ikke findes en landsdækkende reklameradio, gør også deres forhold bedre. Sendetilladelserne erhverves via koncession fra et centralt nævn. De får tilladelse til netværk på nyheder og natudsendelser. Ellers skal de udøve programvirksomheden selvstændigt.

I så vidt muligt hver kommune (sendemulighederne for de kommercielle radioer prioriteres højere) kan der oprettes ideelle lokale radiostationer finansieret af lokale midler (ikke reklame). Lokale nævn uddeler tilladelse næsten som i dag. Netværk er ikke tilladt. Derimod vil der være mulighed for "vinduer" hos regionalradioerne.

Der oprettes på koncessionsbasis, hvor det er frekvensmæssigt muligt, en række kommercielle, reklamefinansierede lokale tv-stationer. Netværk tillades. Reklamereglerne bliver de samme som for TV 2. I koncessionsbetingelserne opstilles krav om tilbageføring af en del af den samlede indkomst fra de netværkede aktiviteter til de lokale stationer, der skal producere lokale nyheder og aktualitetsstof.

Ideelle, lokale tv-stationer, finansieret af lokale midler (ikke reklame) gives ikke egne frekvenser, men sikres vinduer i de kommercielle kanaler (som et led i disses koncessionsbetingelser). De kan dog også forhandle sig til vinduer hos regional-tv.

De penge, der kommer ind ved uddeling af koncessioner til kommerciel radio- og tv-virksomhed, samles i en fond. Herfra anvendes midlerne til uddannelse af personer, der arbejder i de ideelle, lokale radio- og tv-stationer samt til støtte af eksperimenter, særligt bekostelige udsendelsestyper og lignende hos de ideelle radio- og tv-stationer.

Kabelfødt radio med reklamer bliver lovligt. Det samme gælder kabelfødt tv. Der skal her gælde samme reklameregler som for satellitradio og -tv. "Local inserts" af reklamer i satellit-retransmissioner gøres lovligt.

6.7.3 Modellens konsekvenser for reklamemarkedet

TV

Vækst p.a.: 6 % i 1997, 5 % i 1998 og 4 % i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Der oprettes 20-30 lokale stationer, hvor netværk vil være tilladt. Det antages at effekten vil være på 60 mio. kr. med start i 1997 og 50 mio. kr. med start i 1998. Det skønnes endvidere, at der vil ske en udvidelse af markedet, da de lokale stationer nu kan tilbyde en mere homogen sendeflade og dermed blive en konkurrent til TV 2.
- Local inserts i satellit- og kabelfødt tv vil medføre en øget vækst på 50 mio. kr. i 1997.

På længere sigt vil TV 2s anden kanal - i takt med penetrationen af digitalt tv - også udvide markedet.

Radio

Vækst p.a.: 4 % i 1997-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Der oprettes 20-30 lokale reklamefinansierede radiostationer med stor sendestyrke. I det netværk kun er tilladt på nyheds- og natudsendelser,

antages reklameudviklingen at ligge på samme niveau som i dag. De større radiostationer medfører, at de enkelte stationer kan få en stærkere profil og et mere kommercielt præg, hvilket øger muligheden for flere reklameindtægter. Men da der ikke er mulighed for et fuldstændigt netværkssamarbejde, antages det at stigningstakten vil være moderat på 4 % p.a.

Dagblade

Vækst p.a.: 3 % i 1997-1998, 2,5 % fra 1999-2001 og 2,25 % i 2002-2005.

Det antages at dagbladene ikke på kort sigt vil opleve noget stort pres på grund af indførelsen af en ekstra tv-kanal og en landsdækkende radiokanal. Dog må presset på længere sigt på dette medie formodes at vokse.

Magasiner:

Vækst p.a.: 3 % i 1997-2005.

De i modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den anførte vækstrate identisk med den, som gælder for referencescenariet.

Tabel 24

Model VI						
Medier	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
TV	1.445	2.714	2.288	16,0	21,2	18,5
Radio	109	160	146	1,2	1,2	1,2
Dagblade	4.792	6.164	6.164	53,2	48,1	49,8
Magasiner	2.477	3.329	3.329	27,5	26,0	26,9
Øvrige	183	460	460	2,0	3,6	3,7
I alt	9.006	12.827	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.8 Model VII

6.8.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Frede Jørgensen³³. Modellen søger især at styrke opfyldelsen af public service målsætningerne for DR og TV 2.

³³

Sognepræst Frede Jørgensen: eksternt medlem af Arbejdsgruppen om de elektroniske mediers udbud

6.8.2 Modellens indhold

DR og TV 2 fastholdes som public service radio- og tv-stationer. Styrkelsen af public service skal ske gennem:

- Et nyt audiovisuelt råd - et organ mellem DRs og TV 2s bestyrelser og ministerium/folketing, som skal sikre overholdelsen af public service målsætningerne og være "dynamo" i en overordnet offentlig efterkritik af public service.
- Public service budgetter og -regnskaber til orientering for programråd og til vejledende kontrol i det audiovisuelle råd.
- Øget brugerindflydelse, bl.a. faste pladser til repræsentanter for forbrugere/forbrugerorganisationerne i bestyrelserne og det audiovisuelle råd samt forbedring af arbejdsvilkårene i de centrale programråd.
- Oprettelse af en uafhængig forskningsinstitution, evt. tilknyttet eller integreret i det audiovisuelle råd, til at bedrive uafhængig forskning om dansk radio og fjernsyn.

DR og TV 2 skal fortsat sende på de eksisterende VHF- og UHF-net. Det ubenyttede landsdækkende UHF-frekvenssæt anvendes til fire digitale tv-kanaler. To af de digitale kanaler anvendes til parallelsending af DRs og TV 2s nuværende programmer. Desuden tilbydes DR og TV 2 hver en kanal mere. Hvis DR og/eller TV 2 ikke ønsker at udnytte denne mulighed, udbydes kanalen eller kanalerne i licitation.

Det ubenyttede fjerde landsdækkende FM-frekvenssæt tildeles DR. Når digital radio (DAB) bliver mulig, skal DR have mulighed for at udsende alle sine programmer ad denne vej. Modellen tager ikke stilling til udnyttelsen af de resterende DAB-muligheder.

DR finansieres af licensmidler, mens TV 2 finansieres af licensmidler og reklameindtægter i forholdet 1:3. Både DR og TV 2 kan have supplerende indtægter ved sponsoring.

De danske reklameregler skal udnytte direktivets muligheder fuldt ud, dog må reklamer kun bringes mellem programmerne.

TV 2s gæld skal eftergives. Radiofonden og TV 2-fonden nedlægges, hvilket bl.a. betyder, at TV 2 umiddelbart kan råde over reklameindtægterne. Overskydende licensmidler fordeles halvårligt mellem DR og TV 2 i forhold til den budgetterede licensindtægt.

TV 2 omdannes til et statsligt aktieselskab og får ejerskabet til det UHF-senderet, stationen anvender. TV 2 kan herefter udnytte nettet til andre tjenester. DR og TV 2 må gerne drive anden virksomhed og udnytte overskuddet, når

blot aktiviteterne har egen økonomi og ikke belaster public service virksomheden.

På lokalradio-området indføres en to-lagsmodel, bestående af kommercielle lokalradioer og idébetonede nærradioer. De kommercielle lokalradioer får et større dækningsområde end mange af de nuværende lokalradioer. De skal have frihed til at samarbejde så meget de vil, f.eks. om økonomi, reklamer og udsendelser. Til gengæld må der ikke ydes offentlige tilskud til dem. Sendetilladelseerne skal udstedes centralt, evt. af det audiovisuelle råd.

De idébetonede nærradioer skal sende til et område på maksimalt 1-4 kommuner afhængigt af befolkningsunderlaget. Det forudsættes, at den eller de kommuner, radioen sender til, betaler gebyrer for brug af frekvenserne og stiller sendefaciliteter til rådighed. Den enkelte nærradio betaler selv APL-linje og studiefaciliteter.

Når nærradioen ikke selv sender, skal dens sendemulighed, hvis nærradioen selv ønsker det og uden udgift for nærradioen, kunne benyttes af den nærmeste kommercielle lokalradio. En årlig tips- og lottopulje skal gøres til en permanent støtteordning for nærradioer efter ansøgning. Der skal ikke ydes yderligere statslige tilskud.

Lokal-tv skal have samme frihed som de kommercielle lokalradioer, dog således at mindst 15% af programfladen i tidsrummet fra kl. 16 til 24 (fraregnet reklamer og teleshop) skal være lokalt relateret. Sendetilladelseerne udstedes centralt, evt. af det audiovisuelle råd. I forbindelse med sendetilladelsen fastsættes et teknisk, geografisk og økonomisk passende dækningsområde.

Kabelfødt radio og tv skal henvises til finansiering via abonnement, dekoder-salg og lignende. Der må ikke benyttes reklamer, sponsorering eller teleshop, heller ikke i form af *local inserts*.

Det nuværende lovgrundlag for fællesantenneforeninger og kabel-programfordelere skal endvidere revideres betydelig med henblik på at skabe større frihed og mere demokrati på området.

6.8.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- Tv-direktivet betyder at der vil blive tilført TV-reklamemarkedet en ekstra omsætning på 75 mio. kr. i 1997. Denne ekstra omsætning stammer fra nye produkter (øl, spiritus og håndkøbsmedicin), der vil øge

markedet med 50 mio. kr. og udvidelsen af sendetiden for reklamer, der vurderes til at øge omsætningen med 25 mio. kr.

- Det er ligeledes skønnet, at dette beløb vil blive tilført som en éngangs-effekt via en øget reklameindsats fra annoncørernes side. Herefter vil disse produkter følge den ovenfor anførte vækstrate frem til år 2005.
- At de lokale stationer får større dækningsområde og netværk tillades vil betyde, at de får bedre betingelser, f.eks. bedre tekniske forhold og større sendeflade. Det forventes at dette forhold vil øge omsætningen for lokalstationerne med 60 mio. kr. i 1997 og 50 mio. kr. i 1998. Denne meromsætning antages at komme fra nye annoncører.

Med hensyn til reklameomsætningen på TV 2s anden kanal, så vil denne naturligvis være afhængig af penetrationen af digitalt tv.

Radio

Vækst p.a.: 6% i 1997-2000 og 4% i 2001-2005.

Radioreklameomsætningen vil stige, når netværk tillades og radiostationer tildes større dækningsområde. De lokale stationer vil have mulighed for at samarbejde gennem enten gensending af programmer eller egentlig netværk (networking). Det vil antageligt medføre, at stationerne får et mere kommercielt fokus samt give en vis synergieffekt. Effekten forventes at blive 10 mio. kr. i 1997, 15 mio. kr. i 1998 og 20 mio. kr. 1999.

Det antages at nye produkter i EU-direktivet på radiosiden vil have en effekt på 10 mio. kr. i 1997.

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997-1998, 2,5% i 1999-2001 og 2,25% i 2002-2005.

Det antages, at dagbladene på kort sigt ikke vil opleve noget stort pres på grund af indførelsen af en ekstra tv-kanal og en landsdækkende radiokanal. Dog må presset på længere sigt formodes at vokse på dette medie.

Magasiner

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den nævnte vækstrate identisk med den, som er anført i referencescenariet.

Tabel 25

Model VII						
Medier	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
TV	1.445	2.748	2.288	16,0	21,2	18,5
Radio	109	248	146	1,2	1,9	1,2
Dagblade	4.792	6.164	6.164	53,2	47,6	49,8
Magasiner	2.477	3.329	3.329	27,5	25,7	26,9
Øvrige	183	460	460	2,0	3,6	3,7
I alt	9.006	12.950	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.9 Model VIII

6.9.1 Mediepolitiske mål

Denne model er udarbejdet af Susanne Christiansen. Den tager udgangspunkt i et ønske om at vedligeholde og udbygge en stærk ikke-kommerciel sektor for både radio og tv med så righoldigt og alsidigt programudbud som muligt. Det anses for nødvendigt af bl.a. demokratiske grunde i den stadig stigende konkurrence med kommercielle medier fra såvel national som international side.

I denne model ses de lokale ikke-kommercielle medier som en del af public service medierne - ikke sådan at forstå, at hvert enkelt lokalt medie skal leve op til de samlede public service forpligtelser, men at den samlede sum af lokale medier, såvel folkeoplysende, debatskabende som idébaserede bidrager til samfundets krav om public service.

Det er vigtigt, at der sikres et stærkt ikke-kommercielt tilbud, der dækker såvel lokal som regional og national debat og nyhedsformidling, og samtidig giver mulighed for alle borgeres adgang til at ytre sig på egne præmisser uafhængig af f.eks. økonomisk formåen, religiøs eller politisk opfattelse.

6.9.2 Modellens indhold

Radio

For radioområdet gælder ifølge modellen, at DR skal have den fjerde landsdækkende FM-kanal for at sikre så stærk en ikke-kommerciel radiospredning

som muligt. Forudsætningen er dog, at DR samarbejder med de ikke-kommercielle lokalradioer, f.eks. via Danmarkskanalen.

Hver kommune skal tildeles mindst én frekvens til brug for lokalradiovirksomhed, og sendestyrken skal være så kraftig som muligt. Den skal afpasses efter geografiske forhold og ikke efter spørgsmål om kommerciel/ikke-kommerciel virksomhed. Der skal helt bestemt ikke tillades stærkere sendestyrke til kommercielle lokalradioer - hvorfor skal kommercielle stationer lyde bedre end ikke-kommercielle?

Der skal gives tilladelse til kommercielle lokalradioer, hvis der er tilstrækkeligt med sendemuligheder. De skal gives fuld frihed og må finansiere sig selv.

TV

På tv-området bør DR ifølge modellen have to tv-kanaler under forudsætning af, at DR samarbejder med de ikke-kommercielle lokal-tv stationer, f.eks. gennem en forpligtelse til at sende lokale produktioner. Det er desuden i et sådant samarbejde, tv-værksteder uden egen sendetilladelse kunne få lov til at sende.

TV 2 bør ifølge modellen have den fjerde (digitale) tv-kanal med et krav om i højere grad at opfylde deres public service forpligtelse.

Ikke-kommerciel lokal-tv skal sendes via egen sendetilladelse - og/eller i samarbejde med DR.

Kommercielle tv-stationer pålægges ingen begrænsninger, og sendetilladelse kan gives nationalt, regionalt eller lokalt. Disse stationer må - lige som de kommercielle lokalradioer - finansiere sig selv.

Generelt

Produktionen af ikke-kommercielle lokalmediers udsendelser skal ifølge modellen kunne foregå i kommunale medieværksteder, hvor de ydre rammer frit stilles til rådighed for lokalstationerne. Selve driften af lokalstationerne skal finansieres via statslige tilskud (evt. via en mediefond eller via en del af forhøjede licensmidler) samt via egenbetaling.

Således vil lokalmediernes blive finansieret efter den såkaldte højskolemodel, d.v.s. at 1/3 statsfinansieres, 1/3 kommunalfinansieres, og 1/3 selvfinansieres. Det samlede offentlige tilskud til lokalradiovirksomheden vil udgøre omkring 200 mill. kroner årligt. Det samlede offentlige tilskud til lokal-tv virksomhed kendes ikke, men bliver noget højere.

Modellen lægger vægt på at tage afstand fra det forslag, der har været fremme i mediedebatten om at oprette 26 "regio-lokale" kommercielle radioer med stor sendestyrke. Som begrundelse anføres det, at det teknisk vil det give en række ulemper at dække Danmarks kommercielle lokalradiobehov med 26 regioloale

stationer. Det vil f.eks. betyde en skævdeling af landet kulturelt set, da ikke alle egne af landet vil få mulighed for at få en regioloal sender.

En væsentlig forudsætning for ideen om de 26 regioloale kommercielle radioer er, at det kun er disse stationer, der må have reklameindtægter. Er det overhovedet lovligt at forbyde andre også at skaffe sig reklameindtægter? Og hvor går grænsen imellem sponsorater og reklame?

Koncessionen og driften af en regioloal station vil blive relativt dyr, og det er spørgsmålet, hvor mange der i givet fald har råd til at byde på én af 26 regioloale sendere. Det vil blive stærke (udenlandske) kapitalkræfter, som vil kunne byde på en eller flere af stationerne - og hvorledes skal det lokale indhold i udsendelserne så sikres?

Der findes i dag 88 kommercielle lokalradioer i Danmark. Med hvilke kulturpolitiske begrundelser skal man koncentrere lokalradiovirksomheden i stedet for at vedligeholde og styrke mangfoldigheden?

6.9.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

Ekstra reklamefinansieret reklamekanal til TV 2, hvor reklameindtægten følger penetrationen for digitalt tv, jf. bilag 3.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

Negative effekter i forhold til referencescenariet: Ikke-netværk for lokale tv-stationer antages at få en negativ engangseffekt på -15 mio. kr. i 1997.

Radio

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

Det antages at der sker en håndhævelse af loven om netværk, hvilket vil medføre, at der ikke sker en vækst for radioreklamer. Dette må formodes at have en negativ effekt, som dog ikke er vurderet.

Det må forventes, at de bedste sendeflader allerede er besat, og dermed vil det ikke bringe nye kommercielle lokale radio-kanaler af betydning ind på markedet.

Dagblade

Vækst p.a.: 3% i 1997-1998, 2,5% i 1999-2001 og 2,25% i 2002-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den nævnte vækstrate identisk med den, som er anført i referencescenariet.

Magasiner

Vækst p.a.: 3 % i 1997-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den nævnte vækstrate identisk med den, som er anført i referencescenariet.

Tabel 26

Model VIII						
<i>Medier</i>	Mio. kr.			%		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
<i>TV</i>	1.445	2.475	2.288	16,0	19,7	18,5
<i>Radio</i>	109	146	146	1,2	1,2	1,2
<i>Dagblade</i>	4.792	6.164	6.164	53,2	49	49,8
<i>Magasiner</i>	2.477	3.329	3.329	27,5	26,5	26,9
<i>Øvrige</i>	183	460	460	2,0	3,7	3,7
<i>I alt</i>	9.006	12.576	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.10 Model IX

6.10.1 Mediepolitisk mål

Denne model er udarbejdet af Preben Sepstrup og Peter Duelund³⁴. Modellen er kendetegnet ved en udstrakt grad af koordinering mellem public service institutionerne, samt at den tredje landsdækkende tv-frekvens forbeholdes analog transmission. Der lægges vægt på opfyldelsen af følgende mål:

Radio- og tv-medier i offentligt regi skal drives efter public service principper. Det vil sige, at de skal have en alsidig programflade, et væsentligt islæt af dansk producerede programmer, en forpligtelse til at støtte dansk produktion af kulturelle produkter i bred forstand, uafhængighed af private, statslige og

³⁴

Preben Sepstrup er forfatter til bogen *TV i kulturpolitisk perspektiv*. Peter Duelund er forfatter til bogen *Den danske kulturmodel*

specifikke politiske interesser og give alle borgere lige adgang til at modtage programmerne i samme kvalitet og til samme pris.

Der skal være et konkurrencedygtigt udbud af dansk produceret tv, som kan værne og styrke dansk sprog, kultur og demokrati. Dansk produceret tv skal kunne konkurrere med udbudet og forbruget af udenlandsk produceret tv.

Offentligt tv skal styrke private billedproducenter. Udbudet af offentligt tv skal medvirke til at realisere en almen kulturpolitisk målsætning om at fremme en selvstændig, mangeartet, privat, dansk film-, video- og tv-produktion.

Det lokale demokrati skal styrkes gennem radio og tv. Den lokale og regionale ytrings- og informationsfrihed skal øges ved hjælp af radio og tv.

Ud over disse mål er modellen baseret på, at erhvervslivet skal have adgang til at bruge tv i markedsføringen (reklame og sponsorering), og at også tv-kanaler baseret på public service principper tildels skal kunne finansieres gennem reklamer m.v.

Endvidere gælder at udnyttelsen af det ledige tv-frekvenssæt til analog transmission bør indebære, at det offentlige fremmer en yderligere udbygning af infrastrukturen for modtagelse af satellit-tv, såfremt dette er nødvendigt/ønskeligt for at realisere de markedsøkonomisk orienterede mediepolitiske målsætninger.

6.10.2 Modellens indhold

Den tredje landsdækkende tv-frekvens benyttes til analog transmission. DR-TV og TV 2 skal fortsætte en (koordineret) konkurrence med de principielt samme sendeflader i analoge signaler på de nuværende VHF- og UHF-net.

DR-TV, TV 2 og en "Danmarkskanal" på den "ledige" UHF-frekvens skal være rent licensfinansierede.

Licensen skal pristalsreguleres. Momsen på licensen skal bortfalde, og det fulde beløb skal gå til driften af public service systemet. Alternativt eller supplerende forhøjes licensen med 10-20 %.

Den tredje analoge kanal skal udnyttes til et tredje program ("Danmarkskanalen") som udelukkende anvendes til distribution af dansk producerede udsendelser.

Programmerne skal bestå af:

- De nuværende regionale programmer. Kanalen skal altså i et eller flere tidsintervaller regionaliseres.
- Ny produktion inden for de nuværende regionale ressourcer.

- Programmer, primært genudsendelser, leveret af DR og TV 2. Sekundært ny dansk entrepriseproduktion, hvor DR og TV 2 fungerer som investorer og distributører.
- Programvirksomhed efter den nuværende TV-Åben-model.

Samtidig skal genudsendelsesvirksomheden på de nuværende DR- og TV 2-senderflader ophøre eller begrænses væsentligt.

Programplanlægningen mellem DR, TV 2-Danmark og Danmarkskanalen tilrettelægges således, at den i videst muligt omfang fungerer efter det ideelle kontrapunktiske programplanlægningsprincip, altså i et hensigtsmæssigt mix mellem dansk og udenlandsk produktion, programkategorier, nye produktioner og genudsendelser.

Nyhedsudsendelsernes placering skal koordineres. De regionale nyhedsudsendelser placeres på Danmarkskanalen, som ikke skal sende andre deciderede nyhedsudsendelser.

Det kan tænkes, at være hensigtsmæssigt, at den koordinerede konkurrence (1 og 2) og samproduktion af Danmarkskanalen afløses af en arbejdsdeling mellem de tre kanaler på samme måde, som det i dag kendes fra DR-Radios tre FM-kanaler.

Organisatorisk kan man forestille sig en form for koncern med bestyrelse og ledelse med en koordinerende stabsfunktion og en række datterselskaber under sig, muligvis med egne bestyrelser og ledelser og dermed størst mulig individuel uafhængighed. Essensen er skabelsen af en selvstændig radioorganisation samt et koordinerings-, planlægnings- og samarbejdsorgan for tre tv-selskaber, der inden for rammerne skal have størst mulig selvstændighed.

Eventuelt kan de sendemuligheder, som i dag anvendes til lokal-tv også udbydes i koncession med adgang til netværk. Ellers skal lokale radio- og tv-stationer have tilført et mål af offentlige midler. Det kan være fra lokale og centrale kulturbudgetter, måske fra en lov om lokal licens, måske fra nogle af de samme kilder som det offentlige, nationale system.

Der skal være fri adgang for udenlandsk tv via satellit uden mulighed for "local inserts" og fri adgang til etablering af nye danske satellit- eller kabelkanaler med reklamefinansiering og/eller abonnement. EU-direktivets reklameregler skal endvidere være gældende i Danmark.

Mulighederne for modtagelse af satellit-tv fremmes mest muligt med henblik på at give de bedst mulige vilkår for privat tv.

På radioområdet skal de fire landsdækkende FM-kanaler samles i en organisation, der indgår som en selvstændig del af den nationale public service organisation. I en fire-kanalstruktur kan den nationale radio i højere grad betjene hele landet og formidle stof fra regionerne. Endvidere frigøres radioen fra for-

pligtelsen til at drive kor og orkestre og kan frit købe musik m.v., hvor det ønskes.

På lokalradioområdet vælges en to-lagsmodel som foreslået af Ole Prehn og Per Jauert.

6.10.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 7% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

TV 2s landsdækkende jordbaserede reklameindtægter vil fra 1997 falde bort, og reklameindtægten vil delvist tilgå de kommercielle satellitkanaler. Den negative effekt i 1997 anslås at være -1.000 mio. kr., svarende til TV 2s estimerede omsætning.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

- TV 2s frafald som jordbaseret landsdækkende kommerciel kanal vil umiddelbart medføre, at de eksisterende kommercielle satellitkanaler vil sætte priserne for reklametid op, fordi kapaciteten i den bedste sendetid vil blive reduceret væsentligt.
- Endvidere vil det blive mere attraktivt for nye markedsdeltagere at sende kommercielt tv via satellit. På længere sigt forventes reklameomsætningen dog at nå et lavere niveau end TV 2s forventede reklameomsætning, fordi penetrationen for satellitsignaler er lavere (skønnet til 80% i år 2000) end TV 2s nuværende penetration med jord-baserede signaler.

Det vil i 1997 give en positiv effekt på 500 mio. kr. samt en stigning frem til år 2000, hvor der tilføres 100 mio. kr. i 1998 og 50 mio. kr. i henholdsvis år 1999 og år 2000, som satellitkanalerne indtjener via TV 2s kommercielle frafald.

Local insert i satellit- og kabel-født tv vil medføre en øget vækst på 50 mio. kr. i 1997.

Radio

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

Det antages at der sker en håndhævelse af loven om netværk, hvilket vil medføre, at der ikke bringes øget vækst for radioreklamer. Denne må formodes, at have en negativ effekt, som dog ikke er vurderet.

Dagblade

Vækst p.a.: 3 % i 1997-1998, 2,5 % i 1999-2001 og 2,25 % i 2002-2005.

Det faldende reklameforbrug for tv vil påvirke dagbladsmarkedet i gunstig retning i 1997. Det skyldes, at annoncørernes markedsbudgetter antages at blive fastholdt, samtidig med at dagbladene er det nærmeste medie, der giver en dækning, som er landsdækkende og rammer markedet bredt.

Den positive engangseffekt er anslået til at være på 100 mio. kr. i 1997, men mediet vil på sigt igen miste disse penge, i takt med at de kommercielle satellit-kanaler vil vinde frem. Den negative effekt vil således være 25 mio. kr. i 1998-2005.

Magasiner

Vækst p.a.: 3 % i 1997-2005.

Det formodes at magasiner vil få 25 mio. kr. i 1997 på grund af den manglende reklamemulighed i tv-mediet, men mediet vil på længere sigt igen miste disse penge i takt med at de kommercielle satellit tv-kanaler vil vinde frem. Den negative effekt vil således være på -10 mio. kr. i 1998 og 1999, samt -5 mio. kr. i år 2000.

Tabel 27

Model IX						
<i>Medier</i>	<i>Mio. kr.</i>			<i>%</i>		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
<i>TV</i>	1.445	1.953	2.288	16,0	16,2	18,5
<i>Radio</i>	109	146	146	1,2	1,2	1,2
<i>Dagblade</i>	4.792	6.172	6.164	53,2	51,2	49,8
<i>Magasiner</i>	2.477	3.331	3.329	27,5	27,6	26,9
<i>Øvrige</i>	183	460	460	2,0	3,8	3,7
<i>I alt</i>	9.006	12.063	12.388	100	100	100

Kilde: Bilag 3

6.11 Model X

6.11.1 Mediepolitisk mål

Modellen lægger afgørende vægt på at sikre valgmuligheder, alsidighed og mangfoldighed for befolkningen, idet dette er forudsætningen for at give folkestyret de bedste vilkår. Kun via en reelt alsidig information kan den frie meningsdannelse udfolde sig til gavn for den nationale demokratiske proces og det nationale kulturlivs vækst.

Opgaven med at garantere denne alsidighed på såvel det nationale som det regionale og lokale niveau kan bedst løses, hvis markedsmekanismen reguleres, og hvis de suppleres med medier, der ikke har deres økonomiske fundament i en markedsøkonomi. Samtidig er en ikke-markedsmæssig økonomisk forankring den eneste sikkerhed for, at nyhedsformidlingen kan udvikles med udgangspunkt i upartiskhed, pålidelighed og ikke mindst væsentlighed. Kun med stærke ikke-kommercielle medier kan samfundet sikres et kvalitetspræget medieudbud.

Det er derfor også et klart mål at sikre samfundets valgte repræsentanter en central og nødvendig løbende indflydelse på den samlede medieudvikling, således at eventuelle markedsdækkende skævheder i det samlede system kan korrigeres ved hurtig indsats. Derfor bør de offentligt kontrollerede massemedier jævnligt have deres vilkår til debat, og såvel de økonomiske rammer som de indholdsmæssige mål bør løbende kunne justeres af de politisk valgte repræsentanter.

Det centrale mål er ikke at bringe så mange professionelle aktører ind på de forskellige niveauer (nationalt, regionalt og lokalt), men at tilpasse det samlede udbud, således at den overordnede alsidighed i såvel politisk som kulturel forstand hele tiden kan nås.

6.11.2 Modellens indhold

DR fastholdes i sin nuværende skikkelse, det vil sige som en enhedsinstitution med både radio og tv. Dette giver omfattende stordriftsfordele til fordel for den samlede alsidighed og ressourceanvendelse især på nyhedsområdet.

For at sikre den optimale indholdsmæssige spændvidde i anvendelsen af de danske landsdækkende radiokanaler tildeles DR den fjerde landsdækkende radiokanal.

TV 2 opretholdes også i sin nuværende skikkelse, det vil sige som en kombineret landsdækkende og regional tv-station. Blandingsfinansieringen videreføres. Den strukturelle adskillelse mellem TV 2 og TVR videreføres, også for at sikre vandtætte skotter mellem programmerne og reklamerne. En gældssanerung skal løse TV 2s økonomiske problemer. Den nuværende ministerud-

pegning af TV 2s bestyrelse afskaffes til fordel for en mere repræsentativ, politisk udpegning. Modellen fra DR kan med fordel anvendes.

De nuværende public service krav opretholdes over for DR og TV 2.

Den tredje landsdækkende tv-kanal skal anvendes til udsendelse af digitalt tv, det vil sige til fire tv-kanaler. DR tildeles to af kanalerne og TV 2 de andre to. I takt med forbrugernes muligheder for at modtage digitalt tv udbygges disse kanaler med nyt programstof.

De digitale sendemuligheder på radiosiden (DAB) forbeholdes Danmarks Radio. Antallet af kanaler inden for hver DAB-blok begrænses til højst fire, bl.a. for at begrænse udbudet til det økonomisk forsvarlige. De kanaler, som DR ikke umiddelbart anvender, forbliver ubenyttede.

For at fastholde de lokale radio- og tv-virksomheders lokale indhold og ledelse skal de nuværende regler opretholdes, dog med skærpelse af netværksforbudet, med styrkelse af de lokale nævns muligheder for at føre selvstændig mediepolitik samt et forbud mod retransmission af lokal radio i nabo-nabokommuner.

Finansieringen skal ske på samme måde som hidtil. Amter og kommuner skal dog tilskyndes til at give tilskud til lokal radio- og tv-virksomhed i større omfang og på linje med andre kulturelle aktiviteter.

6.11.3 Modellens konsekvenser for reklameomsætningen

TV

Vækst p.a.: 6% i 1997, 5% i 1998 og 4% i 1999-2005.

Positiv effekt i forhold til referencescenariet:

Den digitale penetration for ekstra kommerciel TV 2-kanal.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

Stramning af netværk for lokale tv-stationer antages at få en negativ engangseffekt på -15 mio. kr. i 1997).

Radio

Vækst p.a.: 3% i 1997-2005.

Negativ effekt i forhold til referencescenariet:

Det manglende netværk vil medføre, at der ikke bringes øget vækst for radioreklamer. Det vil dog ikke give en nævneværdig effekt.

Dagblade

Vækst p.a.: 3 % i 1997-1998, 2,5 % i 1999-2001 og 2,25 % i 2002-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den anførte vækstrate identisk med den, som er anført i referencescenariet.

Tabel 28

Model X						
<i>Medier</i>	<i>Mio. kr.</i>			<i>%</i>		
	1995	2005	2005 (ref.)	1995	2005	2005 (ref.)
<i>TV</i>	1.445	2.475	2.288	16,0	19,7	18,5
<i>Radio</i>	109	146	146	1,2	1,2	1,2
<i>Dagblade</i>	4.792	6.164	6.164	53,2	49,0	49,8
<i>Magasiner</i>	2.477	3.329	3.329	27,5	26,5	26,9
<i>Øvrige</i>	183	460	460	2,0	3,7	3,7
<i>I alt</i>	9.006	12.576	12.388	100	100	100

Kilde Bilag 3

Magasiner

Vækst p.a.: 3 % i 1997-2005.

De for modellen anslåede vækstrater antages ikke at blive påvirket af andre medietyper. Derfor er den anførte vækstrate identisk med den, som er anført i referencescenariet.

6.12 Modellernes konsekvenser for reklameomsætningen

Nedenfor er medieforbruget for hver medietype pr. model i år 2005 ved en årlig stigning i bruttonationalproduktet på 3 % anført.

Sammenstillingen er indekseret, hvor indeks 100 er lig med reklameforbruget i mio. kr. i 1995. Indekstallene er beregnet på baggrund af 1995-priser.

I parentes er anført indekstallene ved en årlig stigning i bruttonationalproduktet på 1 %.

Tabel 29. Reklameforbrug i år 2005 ved en 3% stigning i BNP.

1995 = indeks 100	TV	Radio	Dagblade	Magasinern	Ialt
Referencemodel	158 (126)	134 (106)	129 (98)	134 (102)	138 (106)
I. Markedsmodel	215 (165)	307 (261)	126 (97)	132 (102)	147 (113)
II. N. Thomsen	215 (165)	307 (261)	126 (97)	132 (102)	147 (113)
III. P. E. Magnussen	201 (154)	227 (174)	129 (98)	134 (102)	146 (111)
IV. B. Helvang	193 (147)	246 (191)	129 (98)	134 (102)	145 (110)
V. A. Krarup	181 (143)	274 (213)	129 (98)	134 (102)	143 (110)
VI. F. Mortensen	188 (147)	147 (121)	129 (98)	134 (102)	142 (109)
VII. F. Jørgensen	190 (148)	227 (174)	129 (98)	134 (102)	144 (110)
VIII. S. Christiansen	171 (137)	134 (106)	129 (98)	134 (102)	140 (107)
IX. Sepstrup/Duelund	135 (92)	134(106)	129 (98)	134 (102)	134 (100)
X. Statsreguleret model	171 (137)	134 (106)	129 (98)	134 (102)	140 (107)

Kilde: Bilag 3

6.13 Den tre-delte model - en dansk helhedsløsning

Som nævnt i indledningen til dette kapitel har et medlem af Medieudvalget, Raymond Olsen, efter udarbejdelsen af de økonomiske konsekvensberegninger, bedt om at få medtaget endnu en helhedsmodel.

6.13.1 Mediepolitisk mål

Den skitserede "tre-delte model" søger at skabe tilfredsstillende vilkår for og omkring det folkelige.

Den "tre-delte model" ønsker således at styrke den danske/grundtvigske højskoletradition, som den lever og afspejler sig i de folkelige bevægelser.

Den voksende økonomiske markedsregulering og internationalisering af såvel landsdækkende som globale medier peger med stigende tydelighed på, at det i fremtidens medielandskab vil være de "nære medier", regionalt/lokalt tv og radio, der vil blive bærere af den nationale kultur og egenart.

Den "tre-delte model" vil i videst mulig omfang tilgodese og fastholde vore danske nationale, kulturelle og åndelige værdier, sådan som befolkningen oplever dem.

6.13.2 Modellens indhold

Modellen angiver følgende anvendelse af de landsdækkende tv-kanaler:

Kanal 1 (Danmarks Radio): Varetager public service forpligtelse. Licensfinansieret.

Kanal 2 (TV 2-Danmark): Fri for public service forpligtelse. Reklamefinansiering

Kanal 3 (Folkekanalen)

A: Regionalt tv: Selvstændig licensfinansieret virksomhed og public service forpligtelse.

B: Lokalt idébetonet tv: Offentlig støtte efter taxameterordning (højskoleprincippet) suppleret af licensbidrag fra folkelige "tv-foreninger". Den tredje kanal er således en to-lags model.

Den "tredje tv-kanal" anvendes således til analog transmission.

Det er en begribelig model, og den er pædagogisk forståelig, samtidig med at den tilgodeser centrale mediepolitiske holdninger til tv-virksomhed:

1. Public service medier.
2. Kommercielle medier.
3. Idébetonede regionale/lokale medier.

Den "trede model" tilgodeser ligeledes:

1. En statsstyret offentlig model.
2. En kommerciel og markedsreguleret kanal.
3. En folkelig idébetonet kanal.

Præmisser

"Folkekanalen", den tredje kanal rummer de regionale tv-stationer, der derved frigøres fra TV 2-Danmark. Her opretholdes en delvis public service forpligtelse, og der gives ret til netværk.

"Folkekanalen" rummer sendeflade til Danmarks folkelige bevægelser i bredeste betydning, og brugerne har selv det redaktionelle ansvar for dette "åbne vindue". Eksempelvis folkeoplysningsforbund, fagbevægelser, kirkelige foreninger og sammenhænge, idræts- og gymnastikforeninger, vælgerforeninger o.s.v.

"Folkekanalen" kunne give plads til en overset mediefaktor: Statens Filmcentral. Statens Filmcentral (SFC) mangler et bredt forum for sin folkelige danske film- og kortfilmproduktion. Såvel den nyeste produktion som den historisk arkiverede filmmasse og eventuelt i samarbejde med Det Danske Filmmuseum.

Det ville skabe en åben forbindelse ud til det totale uddannelsessystem og bibliotekerne.

Hvordan "Folkekanalen", den tredje kanals sendeflade, skal fordeles mellem de regionale tv-stationer og de idébetonede producenter samt evt. SFC, skal der ikke tages stilling til her.

Den del af den to-delte tredje kanal, der overlades til de folkelige bevægelser og sammenhænge, kunne administreres og fordeles via oprettelse af tv-foreninger, der skulle bestå af licensbetalende medlemmer, hvorved dette "lag" friholdes for reklamer. Medlemstallet bestemmer procentdelen af sendefladen, der tildeles foreningen.

Dette princip indebærer, at enhver forening eller folkelig gruppering kan få sendetilladelse, når den har et minimum af medlemmer. Et tal der fastsættes politisk.

TV-foreningernes medlemsbetaling supplerer den offentlige støtte. Det er centralt, at de enkelte tv-foreninger og institutioner som f.eks. SFC og Filmmuseet selv varetager det redaktionelle ansvar for egen sendeflade.

Mediepolitiske kommentarer

Den "tredelte model" undgår blandingsøkonomi gennem adskillelse af ren kommerciel/markedsreguleret finansiering og finansiering gennem licensmidler.

Der er tale om tre forskellige "idé-grundlag", der ikke kæmper om samme økonomiske midler, hvorved "kannibalisme" undgås.

Såvel nordiske lande som en række europæiske lande er helt aktuelt på vej væk fra strukturer med blandingsøkonomi, som vi på dansk grund kender det i dag.

Den "tredelte model" sikrer tre medietyper, og bevarer derigennem konkurrencemomentet som stimulerende faktor.

Den "tredelte model"s krav om ret til selvstændigt redaktionelt ansvar for egen sendeflade skal fjerne den mistillid, der i dag råder for de landsdækkende kanalers administration af folkeligt stof. En latent mistillid, der bunder i årelang erfaring af såvel enkeltpersoner, folkelige grupperinger som entreprisemarkedet.

Presseetisk såvel som teknisk bør der naturligvis fastsættes en "nedre grænse" for den produktion, der indgår i "Folkekanalen"s folkelige lag.

Denne model fratager aktuelt de landsdækkende medier en tredje kanal, idet den digitale udvikling næppe kan forventes realiseret en årrække frem.

Skulle de tekniske muligheder åbne for helt nye løsninger, kan problematikken om fordeling af sendemulighederne på landsplan alligevel forventes taget op til nyvurdering, men dette kan det folkelige landskab ikke vente på. De regionale/lokale medier har en central plads i fremtidens mediebillede.

7. Mediepolitiske argumenter og anbefalinger

En sammenhængende og fremtidsorienteret politik for radio- og tv-virksomhed i Danmark må efter Medieudvalgets opfattelse være baseret på tre fundamentale hensyn:

1. Den skal bygge på respekt for ytringsfrihedens og informationsfrihedens principper.
2. Den skal sikre mangfoldighed og alsidighed i det samlede medieudbud, så borgerne får en reel mulighed for at orientere sig bredt om internationale, nationale og lokale forhold på alle samfundslivets forskellige områder.
3. Den skal sikre de nødvendige rammer og økonomiske forudsætninger for, at der kan opretholdes og videreudvikles en omfattende produktion af danske radio- og tv-programmer inden for en mangfoldighed af genrer og emneområder.

Ved fornyelser og ændringer af den nuværende lovgivning er der i lyset af de tre hovedprincipper efter Medieudvalgets opfattelse grund til i særlig grad at lægge vægt på følgende:

- Hensynet til ytringsfriheden og informationsfriheden må indebære, at en række hidtidige restriktioner bliver fjernet eller lempet. Adgangen til, inden for lovgivningens rammer, at fremstille og udbrede radio- og tv-programmer bør være så fri, som det er muligt inden for de begrænsninger, der følger af knapheden på sendefrekvenser og kapacitet i fællesantenneanlæg. Hvor disse begrænsninger gør det nødvendigt at vælge mellem flere ansøgere, end der er udsendelsesmæssig plads til, bør det ske efter klart formulerede og på forhånd kendte kriterier. Ikke mindst for lokalradio- og -tv gælder der i dag en række restriktioner, der er begrundet med andet end tekniske og andre uomgængelige begrænsninger.
- Herudover gør hensynet til at opretholde kvalitet og alsidighed i udbudet det nødvendigt, at der gives økonomisk mulighed for produktion og udsendelse af danske programmer ud over de begrænsninger, som markedsekonomien rummer i dag.
- Sikring af mangfoldighed og alsidighed i det samlede programudbud forudsætter i et begrænset kultur- og sprogområde som det danske, at public service virksomhed får en central placering i det samlede me-

diebillede. For at stå bedst muligt i de kommende års intensiverede konkurrence er det derfor nødvendigt, at national public-service-virksomhed får større handlefrihed.

- Skal der fastholdes og udvikles en omfattende dansk radio- og tv-programproduktion på et højt kvalitetsniveau inden for alle genrer, må det på én og samme gang sikres, at der er en eller flere virksomheder med tilstrækkelige professionelle og økonomiske ressourcer og en bred vifte af mindre produktions- og udsendelsesvirksomheder til sikring af fornyelse, kreativitet og inspiration. Det må derfor i den offentlige mediepolitik være en højt prioriteret opgave at opstille de bedst mulige rammer for produktion af dansk tv og radio. Det forudsætter selvsagt en tilstrækkelig finansiering, men kræver også strukturer og samarbejdsrelationer, der kan understøtte og udvikle et mangfoldigt dansk produktionsmiljø.

Idet det *samlede* Medieudvalg tilslutter sig disse målsætninger, sker anbefalingerne inden for rammerne af tre hovedmodeller. Det gælder:

1. Kombinationsmodellen.
2. Konkurrencemodellen.
3. Den liberale model.

Det er ikke den overordnede målsætning, der adskiller disse tre modeller fra hinanden. De tager nemlig alle udgangspunkt i de fælles målsætninger, som er anført ovenfor. Hvad der derimod adskiller modellerne, er de konkrete *midler*, hvormed de bedst mener at kunne nå disse mål.

Det samlede Medieudvalg afviser imidlertid såvel de helhedsmodeller, der udelukkende vil lade det være op til markedsreguleringerne at sikre et mangfoldigt medieudbud, som de modeller, der udelukker private kommercielle stationer fra det danske mediemarked. I begge tilfælde gælder, jf. beskrivelserne af model I og X i kapitel 6, at hensynet til et mangfoldigt og alsidigt medieudbud, efter Medieudvalgets opfattelse ikke kan tilgodeses i tilstrækkeligt omfang inden for rammerne af disse modeller.

Modellernes rækkefølge er bestemt af antallet af medlemmer, som har tilsluttet sig den pågældende model. Det bemærkes, at Trine Sick på grund af bortrejse ikke har afgivet anbefalinger til denne betænkning.

7.1 Kombinationsmodellen

Et flertal på ialt 23 af Medieudvalgets 28 voterende medlemmer bestående af *Gunhild Agger, Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Maria Helleberg, Bettina Heltberg, Torben Holmbäck, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Henning Lund-Sørensen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Hans Carl Nielsen, Peter Lorentz Nielsen, Ole Steen Nielsen, Vibeke G. Petersen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves* anbefaler, at den kommende politiske løsning på de elektroniske mediers forhold tager udgangspunkt i den efterfølgende helhedsmodel, kaldet Kombinationsmodellen.

Henning Lund-Sørensen, Peter Lorentz Nielsen og Vibeke G. Petersen tilslutter sig grundprincippet i Kombinationsmodellen, jf. 7.1.1., men ønsker ikke at tage stilling til modellens enkelte elementer, da de forskellige elementer ikke nødvendigvis følger af grundprincippet.

7.1.1 Mediepolitiske målsætninger

Denne model tager sit afsæt i en opfattelse af, at det nuværende system, med DR som en rent licensfinansieret virksomhed og TV 2 som finansieret ved en blanding af licens og reklameindtægter, har vist sig at rumme store kvaliteter, som det ville være hasarderet at sætte over styr. Set i europæisk sammenhæng har det således i Danmark været muligt at fastholde en enestående stor markedsandel til de to public service kanaler, ligesom TV 2/regionerne i dag må betegnes som en ubetinget succes.

Såvel ytrings- som informationsfriheden sikres efter dette flertals opfattelse også i fremtiden bedst ved tilstedeværelsen af flere af hinanden uafhængige danske public service institutioner med tilstrækkelige økonomiske midler til at leve op til de stillede programkrav.

Den nødvendige offentlige støtte til disse public service institutioner ydes i form af licens, som gennem langsigtede politiske aftaler garanterer den enkelte institutions vilkår over en længere periode. Det sikres herved, at støtten til de enkelte public service institutioner bliver uafhængige af den/de andre støttede institutioners økonomiske behov. Sådanne langsigtede aftaler vil give garanti mod løbende politisk indblanding i institutionernes virke. Samtidig med denne sikring af public service institutionerne må de private, uforpligtede stationer, der arbejder på såvel nationalt som lokalt niveau, sikres friere udfoldelsesmuligheder.

På denne måde sikres såvel informations- som ytringsfriheden optimalt. De problemer, det nuværende mediesystem indeholder, skal derfor ikke løses ved radikale forandringer, hvis mulige fordele slet ikke ville stå mål med de pro-

blemer og vanskeligheder, de ville medføre, men derimod ved en række justeringer, der hvor det har vist sig påkrævet. Det sker for at bevare styrken og dynamikken i det samlede mediesystem og for at undgå uønskede bivirkninger fra den hidtidige regulering.

Mediepolitikken i Danmark handler ikke kun om de elektroniske mediers fremtidige forretningsmæssige og driftsmæssige forhold. Med andre ord om erhvervspolitik, konkurrenceforhold og licensforlig.

Den handler i væsentligt omfang om noget vigtigere, nemlig om udviklingen af det danske demokrati, om den demokratiske debat og om den kulturpolitik, der skal være det danske modspil til internationaliseringen. Det må sikres, at der nationalt, regionalt og lokalt er et aktivt modspil til den massive udenlandske påvirkning, og at der laves dansk fjernsyn og radio af kvalitet.

Sammensmeltningen af tv-, computer- og teleteknologien betyder, at nye, interaktive tjenester kommer på markedet. Det er vigtigt at holde sig for øje, at udviklingen på dette område ikke må bremses af traditionel tankegang. En række tidligere regler vil uvægerligt komme til kort over for de grænseoverskridende teknologiske muligheder.

Det er et led i teleliberaliseringen, at disse nye tjenester kan leveres af enhver tjenesteudbyder. Da nogle af tilbudene - f.eks. video on demand - til forveksling vil ligne tv-programmer, er det vigtigt at sørge for, at der er så ensartede spilleregler som muligt for tjenester af samme art.

Medieudvalget har i arbejdet med fremtidens elektroniske medielandskab lagt afgørende vægt på at skitsere rammerne for en sammenhængende mediepolitik, der under hensyntagen til de tre overordnede fundamentale principper og den teknologiske udvikling, som er kendt i dag, vil kunne give de danske mediebrugere et bredt og alsidigt tilbud både på nationalt, regionalt og lokalt plan.

7.1.2 Modellens enkelte elementer

I det følgende er Kombinationsmodellen hovedanbefalinger opstillet. De alternative anbefalinger er medtaget i afsnit 7.1.3.

Public service virksomhederne

1. *Danmarks Radio, TV 2/Danmark og de regionale TV 2-stationer fastholdes som public service stationer. Danmarks Radio finansieres fortsat ved licens, mens TV 2 finansieres ved en blanding af licens og reklamer.*
2. *Begge public service institutioner skal årligt redegøre for, hvordan de har opfyldt deres programpolitiske målsætninger, herunder for brugen af entrepriseproduktion. Redegørelsen underkastes offentlig debat.*

3. *De centrale og regionale programråd i public service virksomhederne med repræsentanter for forbrugerorganisationer og folkelige organisationer fastholdes og styrkes som rådgivende og debatskabende fora vedrørende programvirksomheden.*
4. *Danmarks Radio omdannes til et aktieselskab. TV 2/Danmark og TVR sammenlægges og omdannes også til et aktieselskab. I forbindelse hermed eftergives TV 2s gæld. Derved sikres, at Danmarks Radio og TV 2 får frihed til at iværksætte nye aktiviteter, herunder mulighed for at oprette fælles selskaber (joint ventures) med private selskaber. Der åbnes endvidere mulighed for, at også de regionale stationer, kan omdannes til aktieselskaber, såfremt en sådan selskabsform findes hensigtsmæssig.*
5. *Danmarks Radios og TV 2s licensindtægter fastlægges for en flerårig periode. Radiofonden og TV 2-fonden nedlægges, og licenspengene indgår direkte i den pågældende institutions grundkapital. Budgetrammesystemet afskaffes.*
6. *Der bør tilvejebringes forudsætninger for, at Danmarks Radio og TV 2 kan overtage ejendomsretten til deres respektive sendernet, idet det skal sikres at andre brugere af sendernet får de samme rettigheder som i dag.*
7. *TV 2 skal fortsat have entreprisforpligtelser. TV 2/Regionerne skal kunne levere entreprisproduktioner til TV 2s landsprogrammer. Samtidig skal Danmarks Radio - om end i mindre omfang - pålægges entreprisforpligtelse.*
8. *Danmarks Radio bør fastholdes som en samlet enhed.*
9. *Såfremt TV 2s reklameindtægter - som følge af stigende konkurrence på TV-reklamemarkedet - falder i et omfang, der alvorligt truer TV 2s muligheder for at leve op til sine public service forpligtelser, skal TV 2 kompenseres ved en stigning i de samlede licensindtægter. Stigningen i licensen aftales i forbindelse med de flerårige licensaftaler.*
10. *De regionale TV 2-stationer bevarer deres selvstændighed og indgår fortsat i TV 2-familien. Deres mulighed for at bidrage til TV 2s landsflade - herunder til den kommende supplementskanal - skal styrkes.*

De landsdækkende og regionale jordbaserede frekvenser

11. *Den fjerde landsdækkende radiokanal tildeles Danmarks Radio, således at radio-institutionen råder over fire kanaler.*
12. *Den landsdækkende DAB-blok tildeles Danmarks Radio til paralleludsendelse af de tre analoge kanaler. De to regionale DAB-blokke anvendes ligeledes til paralleludsendelse af Danmarks Radios regionalradioer.*

Sendetilladelseerne til de øvrige ledige landsdækkende og storregionale frekvenser udbydes samtidig i koncession, men uden detaljeret krav til programsammensætningen.

13. *Det ledige tredje landsdækkende jordbaserede tv-frekvenssæt skal forbeholdes overgangen til digital transmission. Danmarks Radio og TV 2 skal hver tildeles to kanaler, hvoraf den ene skal anvendes til paralleludsendelse af den analoge kanal.*

De lokale elektroniske medier

14. *For de idébetonede radiostationer og tv-stationer gælder, at de skal sikres offentlig støtte (finanslov/tipsmidler/"højskolemodel"/kommunale medieværksteder). Det forudsættes, at de ikke sender reklamer, og at de ud fra en almindelig vurdering må anses som støtteberettigede. Støttetildelingen skal ske via et centralt nævn, der ikke må være identisk med det, som udsteder sendetilladelseerne.*
15. *De lokale radiostationer bibeholder den nuværende sendestruktur baseret på kommunegrænser. Der skal gives mulighed for at lave fællesnævn i større omfang end nu på tværs af kommunegrænserne, så der kan tilvejebringes et befolkningsgrundlag, der kan finansiere en større lokalradio. Samtlige lokalstationer tildeles, hvor det er muligt, større sendestyrke (160W). Samtidig åbnes der mulighed for at lokale radiostationer individuelt kan tildeles større sendestyrke, men de skal selv finansiere udgifterne herved. Det skal dog sikres, at det ikke påvirker stationer udenfor fællesnævnenes område. Medievirksomheder har adgang til radio-drift på lige fod med andre.*
16. *Netværk for lokale radiostationer tillades i begrænset omfang, det vil sige når det gælder nyhedsudsendelser og i nattimerne ((fra kl. 23-06) natradio).*
17. *De nuværende, lokale jordbaserede tv-sendeområder udbydes i koncession. Koncessionsindehaveren får monopol på lokalt jordbaseret reklamefinansieret tv i det pågældende område. I koncessionsbetingelserne skal det fastsættes, at der skal være lokal- og aktualitetsstof. Derudover skal der ugentligt stilles et antal sendetimer til rådighed for lokale ikke-kommercielle tv-stationer.*
18. *Koncessionerne tildeles af et centralt nævn til den højstbydende, som opfylder koncessionsbetingelserne. Medievirksomheder er berettiget til at byde på lige fod med andre. Koncessionsafgifterne opsamles i en fond, der støtter de idébetonede lokale stationer.*
19. *Det gældende forbud mod netværk for de lokale tv-stationer opretholdes.*

20. *Spørgsmålet om, hvorvidt de lokale medier i større udtrækning end i dag skal have programmer sendt i public service kanalerne, hører ikke hjemme i disse anbefalinger.*

Reklameregler

21. *For de jordbaserede danske tv-kanaler gælder, at minimumsreglerne i EUs tv-direktiv indføres - bortset fra tilladelse til at afbryde programmer (breaks).*
22. *De særlige danske krav til reklamer samt finansiering af satellit- og kabelradio og -tv ophæves, og EUs tv-direktivs minimumsregler indføres - bortset fra tilladelse til at afbryde programmer (breaks).*
23. *Local insert af reklamer i retransmission af tv-programmer via satellit tillades, dog således, at local insert ikke tillades for tv-stationer, der sender breaks.*

7.1.3 Mediepolitiske anbefalinger og argumenter

Public service virksomhederne

Ad 1

Danmarks Radio, TV 2/Danmark og de regionale TV 2-stationer fastholdes som public service stationer. Danmarks Radio finansieres fortsat ved licens, mens TV 2 finansieres ved en blanding af licens og reklamer. Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

Modellen fastholder den nuværende situation med to konkurrerende public service institutioner, da det danske mediebillede i denne struktur har vist sig at rumme store fordele i forhold til programudbudets alsidighed. Det er derfor af stor betydning, at dette spillerum opretholdes.

Forpligtelsen for Danmarks Radio, TV 2/Danmark og TV 2/regionerne til at udsende en public service programflade udelukker naturligvis ikke, at kommercielle stationer udsender programmer, der ligner de forpligtede stationers. Ligeledes vil der være en konkurrence på programmer med mulighed for programlighed til følge. Men det rækker ikke ved den kendsgerning, at det er tilstedeværelsen af konkurrerende public service stationer, modellens anbefalere vil sikre.

Anbefalerne er, som det vil fremgå senere, helt opmærksomme på, at denne sikring kan betyde, at en licensstigning kan komme på tale (se dog afsnit 7.4).

Stigende konkurrence, ikke mindst fra satellit-transmitterede danske programmer som f.eks. TV 3, indebærer nemlig en risiko for udhuling af TV 2s

kommercielle indtægtsgrundlag. I en sådan situation kan det, for at understøtte institutionens public service produktion, blive nødvendigt at tilføre TV 2 ekstra licensmidler.

I denne forbindelse er det vigtigt at understrege som præmis for modellen, at der er vandtætte skotter mellem de økonomiske vilkår for public service institutionerne. Således må der ikke være nogen risiko for, at økonomiske problemer på én af institutionerne kan undergrave finansieringsgrundlaget for den anden.

Konkurrentens mulige økonomiske problemer skal derfor ikke kunne begrænse institutionernes økonomiske muligheder for at producere kvalitetsprogrammer.

Men i øvrigt er det anbefalernes vurdering, at behovet for licensmidler på grund af pres mod TV 2s reklameindtægt ikke på nogen måde vil være af en størrelse, der vil undergrave licensbetalingsviljen. Det vil snarere kunne blive situationen, hvis al public service virksomhed i Danmark skulle varetages af én institution med risiko for manglende fornyelse og omstillingsevne.

Det kan indvendes, at modellen ikke imødekommer seernes ønske om koordinering af public service stationernes programmer. Hertil må siges, at konkurrencen selvsagt indebærer, at lyttere og seere stilles over for en række valg. Imidlertid sker der dog en vis koordinering, fordi institutionerne ser deres interesse heri - som eksempel kan nævnes sportsprogrammer.

Sammenfattende vurderer anbefalerne, at fordelene ved det nuværende system langt overgår de indvendinger, der er blevet rejst mod det.

Ad 2

Alternativ I

Begge public service institutioner skal årligt redegøre for, hvordan de har opfyldt deres programpolitiske målsætninger, herunder for brugen af entrepriseproduktion. Redegørelsen underkastes offentlig debat.

Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

Public service virksomhederne forpligtes til årligt at udarbejde og offentliggøre en redegørelse for, hvordan de i overordnede mål agter at opfylde public service forpligtelsen og efterfølgende redegøre for, hvordan de i det forløbne år har opfyldt public service forpligtelsen. Redegørelsen underkastes en offentlig debat.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Bettina Helberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen og Hans Carl Nielsen.

Ud fra en historisk betragtning kan man se, at public service henter sin legitimitet i informationsfriheden, det vil sige i det mangfoldige og alsidige udbud, der sikrer befolkningen mulighed for at modtage væsentlige og betydningsfulde informationer og oplevelser. Dette er i modsætning til dagspressen, der henter sin legitimitet i forhold til ytringsfriheden og uafhængigheden af statsmagten (frihed til at etablere sig og udsende et indhold ganske, som det passer ejeren og redaktøren.) Der er derfor behov for en løbende offentlig debat om den måde, public service medierne forvalter deres forpligtelser på. Konkret betyder det at:

- Public service kravene bør være klare og omfattende, men ikke detaljerede, jf. kap. 2. Myndighederne må opstille klare sanktionsmuligheder i tilfælde af manglende opfyldelse af kravene.
- De tildelte privilegier må være tilstrækkelige til, at de opstillede programkrav kan indfries.
- Hver public service institution skal årligt afgive en offentlig redegørelse for, hvordan den i overordnede mål vil leve op til kravene det kommende år. Det vil sige en årlig delmålsredegørelse.
- Når året er omme, foretager en uafhængig institution en programstatistisk opgørelse, som sammenkobles med oplysninger om lytteres og seeres brug af institutionens programmer. Materialet tilsendes public service institutionen.
- På grundlag af denne opgørelse aflægger public service institutionen en offentlig rapport om virksomheden. Denne rapport underkastes offentlig diskussion.

Imod en sådan ordning, som forpligter public service virksomhederne til årligt at udarbejde og offentliggøre en redegørelse for, hvordan de i detaljer vil leve op til kravene det kommende år, taler følgende argumenter:

- I en konkurrencesituation kan et sådant krav virke hæmmende for public service virksomhederne.
- En detaljeret redegørelse af denne art vil let kunne komme til at virke som en spændetrøje for kreativitet og improvisationslyst.
- Sammenkoblingen med en programstatistisk opgørelse vil let kunne føre til, at den årlige redegørelse for fremtidige planer bliver brugt som en mekanisk målestok for, om virksomheden har opfyldt sine forpligtelser.
- I egen interesse har både Danmarks Radio og TV 2 behov for hyppigt at orientere om deres fremtidige programudbud - således som det allerede sker i mangfoldige former. En fortsættelse og eventuel udbygning af denne praksis vil være i langt bedre overensstemmelse med ideerne om at give public service virksomhederne øget frihed til selv at disponere.

Ad 3

De centrale og regionale programråd i public service virksomhederne med repræsentanter for forbrugerorganisationer og folkelige organisationer fastholdes og styrkes som rådgivende og debatskabende fora vedrørende programvirksomheden.

Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

Forslaget ligger i forlængelse af ønsket om at fremme den folkelige debat om public service stationernes virke.

Ad 4

Danmarks Radio omdannes til et aktieselskab. TV 2/Danmark og TVR sammenlægges og omdannes også til et aktieselskab. I forbindelse hermed eftergives TV 2s gæld. Derved sikres, at Danmarks Radio og TV 2 får frihed til at iværksætte nye aktiviteter, herunder mulighed for at oprette fælles selskaber (joint ventures) med private selskaber. Der åbnes endvidere mulighed for, at også de regionale stationer kan omdannes til aktieselskaber, såfremt en sådan selskabsform findes hensigtsmæssig.

Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen, se dog forbehold fra Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Dalby Larsen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves, jf. anbefaling nr. 9.

Forslaget går ud på at omdanne Danmarks Radio og TV 2 til aktieselskaber, hvor staten ejer 100% af aktierne.

Herved vil DR og TV 2 få samme juridiske status, som de tilsvarende institutioner har i Finland (YLE) og Sverige (SR, SVT og Utbildningsradioen er alle aktieselskaber). I Norge omdannes NRK i nær fremtid til aktieselskab.

Hovedargumentet herfor er, at aktieselskabsformen muliggør en friere bevægelighed i forhold til det ekspanderende, kommercielle marked, samt at aktieselskabsformen gør det let for de offentlige public service institutioner at etablere egne datterselskaber (med isolerede regnskaber) samt at indgå i kommende, nødvendige joint-ventureaftaler eller egentlige alliancer. Endelig sikrer en aktieselskabstruktur medarbejderrepræsentation i bestyrelsen.

Et aktieselskab vil endvidere have mulighed for en friere regnskabsaflæggelse samt mulighed for at foretage langsigtede investeringer, hvor dele af virksomhedens i øjeblikket dødlagte kapitel kunne aktiveres (DR ejer f.eks. bygninger for mindst 862 mio. kr.). Dette vil stille de offentlige institutioner i samme fordelagtige juridiske stilling som deres kommercielle konkurrenter.

Ved en aktieselskabsform må man i radioloven og/eller i formålsparagraffen stadfæste, hvad institutionens hovedformål er samt muliggøre, at den selv kan foretage yderligere aktiviteter.

Imod en aktieselskabsform med staten som eneaktionær kan anføres, at den rummer en risiko for en mere direkte politiske styring, end tilfældet er i dag. Som eneaktionær ville staten således få frie hænder til at afsætte den til enhver tid siddende bestyrelse. Til det kan siges, at denne risiko reelt ikke er større end tilfældet er i dag. Hvis der er et ønske om politisk detailstyring, vil det også inden for den nuværende styrelsesform være muligt. Desuden kan der i lovgivningen og efterfølgende i aktieselskabernes vedtægter indføres bestemmelser, der kan beskytte imod utidig statslig indblanding.

I overvejelserne om TV 2-regionernes fremtidige selskabsmæssige status må der tages hensyn til, om regionernes nuværende idégrundlag og uafhængighed kan sikres. Regionernes forankring i lokale miljøer og traditioner er ønskværdig og en ubetinget fordel, men forskelligheden i selskabsmæssig status giver utilsigtede problemer, f.eks. i forhold til medarbejderrepræsentation i de styrende organer.

Blandt regionerne findes forskellige konstruktioner. TV 2/Syd er således et aktieselskab, underlagt en regionalt valgt bestyrelse, mens de øvrige TV 2-regioner er selvejende institutioner med regionalt udpegede repræsentantskaber med bred folkelig og organisatorisk forankring. Repræsentantskabet vælger derefter suverænt den økonomisk ansvarlige bestyrelse for den enkelte station.

En overvejelse om at lade alle regioner overgå til aktieselskaber må blandt andet afklare:

- hvordan de nuværende organisationer lader sig forene med kravene til et aktieselskab,
- hvem der skal kunne eje aktierne, og hvordan man i givet fald sikrer mod politisk indblanding i programpolitikken, hvis amter eller kommuner bliver aktionærer,
- hvordan en eventuel gældssanering skal finansieres,
- hvordan relationerne skal være mellem TV 2/Danmark og regionerne som aktieselskaber.

Ad 5

Danmarks Radios og TV 2s licensindtægter fastlægges for en flerårig periode. Radiofonden og TV 2-fonden nedlægges, og licenspengene indgår direkte i den pågældende institutions grundkapital. Budgetrammesystemet afskaffes. Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

Supplement til anbefaling nr. 5

Pengene fra Radiofonden går direkte til DR.

Følgende ønsker ovenstående supplementstekst tilføjet anbefalingen: Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

For at kunne klare sig i såvel den nationale som den internationale konkurrence og dermed sikre, at der til stadighed er et mangfoldigt programudbud, må Danmarks Radio og TV 2 have friere og bedre arbejdsvilkår, end det i dag er tilfældet. Samtidigt bør de to virksomheder sikres den størst mulige arbejdsro i forhold til politiske beslutninger om deres driftøkonomi.

Til fordel for supplementsteksten kan anføres, at Radiofonden har opsamlet den egenkapital, som Danmarks Radio har opbygget gennem de senere år. Som følge af den nye og vanskeligere konkurrencesituation, som Danmarks Radio står overfor, vil det være afgørende for public service institutionens konkurrencemuligheder, at hele den opsamlede formue overføres som disponibel egenkapital.

Imod supplementsteksten kan indvendes, at Radiofondens formue stammer fra den almene licensafgift. Licensen er en husstandsafgift, idet det påhviler enhver husstand med radio og/eller fjernsyn at betale licens. En mindre del af licensen er siden 1988 tilfaldet TV 2. Radiofonden er således ikke kun knyttet til Danmarks Radios drift.

Ad 6

Der bør tilvejebringes forudsætninger for, at Danmarks Radio og TV 2 kan overtage ejendomsretten til deres respektive sendernet, idet det skal sikres at andre brugere af sendernet får de samme rettigheder som i dag. anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

Til fordel for at lade DR og TV 2 overtage ejendomsretten til deres sendesystem kan anføres, at TV 2 i perioden fra 1. januar 1991 til 31. december 2004 er forpligtet til at betale Tele Danmark A/S etableringsomkostninger på 576 mio. kr. for sendenet. Dette medfører dog ikke, at TV 2 overtager ejendomsretten, men blot brugsretten til nettet.

Tele Danmark er efter aftalens indgåelse privatiseret som et børsnoteret selskab, men har fortsat monopol på at bygge og vedligeholde sendenet. Såvel DR som TV 2 betaler for drift og vedligeholdelse af sendenet.

Det kan principielt forekomme urimeligt at Tele Danmark, som privatiseret selskab skal have mulighed for at opretholde sin monopolstilling i forhold til sendenet og dermed udnytte faciliteter, som DR og TV 2 har finansieret.

Endvidere vil det tjene gennemskueligheden med hensyn til prisdannelsen hvis Tele Danmark-koncernens monopolstilling i forhold til sendenet ophæves. Specielt det forhold, at Tele Danmark er udbyder af konkurrerende tjenester i forhold til såvel DR som TV 2, har været uheldigt og har øvet indflydelse på samarbejdsrelationerne mellem DR, TV 2 og Tele Danmark A/S.

Hvis institutionerne derimod selv ejede deres sendenet, ville de have mulighed for at udbyde drift og vedligeholdelse af nettet i licitation og dermed have mulighed for at sikre at driftsomkostningerne blev billigst mulige. DR og TV

2 ville ligeledes være i stand til at foretage langsigtede investeringer i nettet ud fra normale driftsøkonomiske overvejelser. Det skulle være en betingelse for TV 2s og Danmarks Radios overtagelse af sendernet, at lokale radio- og tv-stationer får uhindret adgang til den sendekapacitet, der er forbundet med de givne tilladelser. TV 2 og Danmarks Radio skulle desuden udleje overskydende kapacitet i medieinfrastrukturen til andre formål som mobiltelefoni og datatransmission.

Imod en overdragelse af ejendomsretten til sendernet til hhv. DR og TV 2 taler, at medieinfrastrukturen på samme måde som radiobølger er en begrænset ressource, som vil kunne udnyttes af mange andre programudbydere end DR og TV 2, som så måtte leje sig til kapacitet hos hhv. DR og TV 2. Endvidere vil der opstå komplikationer med opdelingen af ejendomsretten, da DR-TV sender dels på det landsdækkende VHF-net og dels benytter UHF-senderne i Hove og Tolne, som også er en del af TV 2s landsdækkende UHF-net. Endelig vil det rejse en række juridiske problemer hvis Tele Danmark - hvor 51 % af aktierne ejes af staten, mens de resterende 49 % ejes af private investorer - skulle fratages ejendomsretten til sendernet.

På den anden side står fortsat, at DR gennem mange år har betalt for vedligeholdelse, udbygning og drift af sendernet, og TV 2 er forpligtet til at betale såvel etablering som drift af sendernet uden at have mulighed for at få økonomisk udbytte af den ekstra kapacitet, som derved bliver tilgængelig.

Ad 7

Alternativ I

TV 2 skal fortsat have entrepriseforpligtelser. TV 2/Regionerne skal kunne levere entrepriseproduktioner til TV 2s landsprogrammer. Samtidig skal Danmarks Radio - om end i mindre omfang - pålægges entrepriseforpligtelse. Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Maria Helleberg, Bettina Helberg Torben Holmbäck, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Frands Mortensen, Tove Malzer, Hans Carl Nielsen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II.

TV 2 fritages for den nuværende entrepriseforpligtelse og TV 2/regionerne skal kunne levere entrepriseproduktioner, også til TV 2s landsprogrammer. Anbefales af Kate Bluhme, Kim Minke og Lars Poulsen.

Til fordel for en fastholdelse af entrepriseforpligtelsen kan anføres, at den er en forudsætning for et fortsat dansk produktionsmiljø også udenfor de landsdækkende public service stationer, samt at den i praksis har vist sig velfungerende og udbytterig for såvel TV 2 som de uafhængige producenter. I forlængelse heraf kan der argumenteres for, at også Danmarks Radio bør pålægges en entrepriseforpligtelse. Danmarks Radios forpligtelse skal dog i givet fald have et mindre omfang end tilfældet er for TV 2. Herved bevares de forskelle, der fortsat bør være mellem de to medieinstitutioner.

Med hensyn til de regionale TV 2-stationers mulighed for at levere programmer til TV 2 på linje med de private producenter, kan det anføres, at de regionale TV 2-stationer har et behov for at producere andet end nyheder og kortere features/studieindslag, som dominerer de nuværende formater, jf. argumentationen under anbefaling nr. 2. Hvis man ønsker at udvikle de mindre decentrale produktionsmiljøer, som regionerne vil være kernen i, må man give dem forbedrede muligheder for andre former for programproduktion. Med de nuværende begrænsede sendemuligheder er en udvidelse af produktionen til TV 2/Danmark derfor den mest nærliggende vej. Her har der hidtil foregået en diskussion om, i hvilket omfang TV 2/Danmark har kunnet tillade sig at lave egentlige entreprisaftaler med regionale TV-stationer i konkurrence med private selskaber. I sammenhæng med, at også Danmarks Radio pålægges en udvidet entrepriserforpligtelse, vil grundlaget for de spændinger, som hidtil har eksisteret mellem de private produktionsselskaber og de regionale tv-stationer i forhold til TV 2/Danmark, forsvinde.

Imod at TV 2/regionerne skulle kunne leverer entrepriseproduktioner til TV 2/Danmark, kan indvendes, at det ville betyde, at regionerne reelt ville få status af otte delvist licensfinansierede produktionsselskaber, der producerede i konkurrence med de private produktionsselskaber.

I og med, at de regionale tv-stationer på forhånd via blandt andet licensmidlerne har fået finansieret drift, personale og etablering, vil indtægterne fra programleveringen til den landsdækkende virksomhed stort set være rent overskud og vil derfor kunne anvendes til flere ansættelser og endnu flere investeringer uden økonomisk risiko. En acceleration i den retning kan forudses at ville medføre et stigende behov hos de regionale virksomheder for også at gå ind på andre markeder end TV 2.

Imod entrepriserforpligtelser - som foreslået i alternativ II - taler, at lovgivningen om, hvordan programproduktionen skal tilvejebringes, er et unødvendigt indgreb i TV 2s - og for den sags skyld Danmarks Radios dispositionsret. Institutionerne må have muligheder for gennem en kombination af egenproduktioner, køb af færdige programmer og samarbejde med private producenter at sikre den bedste programmæssige kvalitet på den mest økonomisk fordelagtige måde.

Entrepriserforpligtelser kan således siges at indskrænke stationerne selvbestemmelsesret og derfor bryde med princippet om at give public service institutionerne størst mulig frihed til selv at tilrettelægge en programpolitik, der opfylder public service forpligtelserne.

Der kan i forlængelse heraf argumenteres for, at der bør stilles så få ikke-public service krav som muligt til de to public service institutioner, fordi sådanne lovbundne forpligtelser kan give uhensigtsmæssige bindinger i forhold til institutionernes handlefrihed, økonomisk og redaktionelt.

Som alternativ til en formaliseret entrepriserforpligtelse kunne man i stedet stille krav om en erklæret hensigt om at benytte mulighederne for entrepriser-

produktion og samarbejde med produktionsmiljøer uden for institutionerne. Et eventuelt årligt public service regnskab, jf. anbefaling nr. 2, burde som følge heraf indeholde en redegørelse for omfanget af entrepriseforbrug.

Ad 8

Alternativ I

Danmarks Radio bør fastholdes som en samlet enhed.

Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Torben Krogh, Peter Harms Larsen, Kim Minke, Hans Carl Nielsen og Lars Poulsen.

Alternativ II

Danmarks Radio deles i to uafhængige institutioner - en radio-institution, kaldet Danmarks Radio og en tv-institution, kaldet TV 1. Hver får sin egen bestyrelse og direktion. Danmarks Radio og TV 1 finansieres fortsat af licens. Anbefales af Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Dalby Larsen, Frands Mortensen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves.

Til fordel for at fastholde Danmarks Radio som en samlet institution kan grundlæggende anføres, at Danmarks Radio har en lang historie som en af landets vigtigste kulturbærende institutioner. Derigennem er der opbygget en frugtbar virksomhedskultur og -identitet, som beforder idéudveksling mellem radio- og tv-virksomhed. Gennem samarbejde om konkret programvirksomhed kommer dette seerne og lytterne til gode.

DR-radio har traditionelt forvaltet kravet om at leve op til public service forpligtelsen med omtanke, idérigdom og ansvarlighed og har derved givet inspiration til DR-TVs programvirksomhed.

I DR-radio regi opererer musikensembler på et højt kvalitetsniveau. Disse fungerer i og uden for institutionen. En fastholdelse af DR som enhedsinstitution vil bidrage positivt til ensembleernes fortsatte forankring i dansk kulturliv.

Inden for dramatik har radiosiden ligeledes gennem mange år kunnet virke som idéværksted og inspirationskilde til glæde for både lyttere og seere. På baggrund heraf kan man frygte, at en "slankning" gennemført ved en deling af institutionen, i realiteten vil indebære en amputation til skade for de kulturbærende værdier.

Derudover kan anføres, at en deling ikke i sig selv vil føre til "slankede" institutioner. Det eneste, der er garanti for, er, at de vil blive mindre. I lyset af den skærpede konkurrence kan det anføres, at det ikke er *mindre* institutioner, der er brug for, men derimod stærke konkurrencedygtige institutioner.

Netop en samlet medieinstitution kan derfor siges at være den bedste måde at udnytte stordriftsfordele på, ligesom en enhedsorganisation bedst sikrer programsamarbejde, hvor det måtte være relevant. Der sker således i øjeblikket

en gradvis regionalisering af nyheds-, aktualitets- og sportsområdet via samarbejde med regionalradioerne. Denne udvikling bør ikke hæmmes strukturelt.

Modsat de interne danske vurderinger om Danmarks Radio som en monopolistisk mastodont kan anføres, at selv Danmarks Radio er en dværg på mediemarkedet med de problemer, det giver, når der skal handles programmer.

Et samlet Danmarks Radio vil også give bedre muligheder i forhold til de nye multimedier.

Det er endvidere blevet anført, at man ikke ad lovgivningens vej bør ændre i organiseringen af Danmarks Radio. Institutionens bestyrelse og den ansatte ledelse bør have den samme frihed til at drive virksomhedens som den, der gælder for andre medievirksomheders ledelser.

Endelig kan det anføres at der ikke foreligger et tilfredsstillende beslutningsgrundlag for en mediedeling af Danmarks Radio.

Som argumenter til fordel for en deling af Danmarks Radio kan anføres at:

- En deling vil sætte yderligere gang i den opbrydning i bureaukratiet, der allerede er i gang, men som forløber for langsomt. En deling vil tvinge radio-siden og tv-siden til at argumentere positivt for, hvilke dele af det fælles system, der skal henlægges under dem.
- Delingen vil efterlade to mindre, slankede institutioner, der herefter kan udvikle deres eget særpræg og egen virksomhedskultur. Det vil især få betydning for radiosidens mulighed for at videreudvikle sin egen profil - uden at stå i skyggen af tv-mediet, der reelt har fungeret som storebror.
- Efter en deling vil der i Danmark eksistere tre selvstændige, offentlige public service institutioner, der frit kan samarbejde indbyrdes. Det vil bl.a. betyde, at Danmarks Radios fire radiokanaler kan samarbejde programmæssigt med både TV 1 og TV 2, hvad der givetvis vil føre til et tættere samarbejde mellem offentligt producerede radio- og tv-programmer, end det hidtil har været tilfældet. Kor og orkestre tænkes placeret hos Danmarks Radio, og de kan derfor indgå både i samarbejde med TV 1 og TV 2. Også på det regionale plan kan der tænkes et samarbejde mellem TV 2s tv-regioner og Danmarks Radios regionalradioer, nu hvor de ikke længere tilhører konkurrerende institutioner. Med henblik på kommende multimedieprodukter vil de bredere kombinationsmuligheder, der opnås med en deling, givetvis stille danske public service institutioner stærkere i den kommende internationale konkurrence.
- I forhold til TV 2s udtrykte ønske om at få rådighed over det fjerde landsdækkende FM-frekvenssæt, vil den foreslåede løsning - der forudsætter, at alle fire radiokanaler tilgår DR - betyde, at TV 2 ikke står uden mulighed for at samarbejde med indtil flere radiokanaler.

- Endelig vil en deling fremtvinge en offentlig stillingtagen til fordelingen af det gamle Danmark Radio's licensmidler mellem radio- og tv-institutionerne, og den hidtidige årlige strid om midlernes interne fordeling vil ophøre og på længere sigt sikre begge institutioner en stabil og forudseelig indkomst.

Ad 9

Alternativ I

Såfremt TV 2s reklameindtægter - som følge af stigende konkurrence på tv-reklamemarkedet - falder i et omfang, der alvorligt truer TV 2s muligheder for at leve op til sine public service forpligtelser, skal TV 2 kompenseres ved en stigning i de samlede licensindtægter. Stigningen i licensen aftales i forbindelse med de flerårige licensaftaler.

Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Maria Helberg, Bettina Helberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Torben Krogh, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Hans Carl Nielsen og Lars Poulsen.

Alternativ II

Der tilføres ikke TV 2 forøgede licensmidler. Vedrørende TV 2s gæld træffes en langsigtet aftale om afvikling, som en del af de øgede reklameindtægter anvendes til.

Anbefales af Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Dalby Larsen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves.

Til fordel for den ovennævnte kompensationsordning taler, at den åbner en mulighed for en justering af de samlede licensindtægter i lyset af den stigende konkurrence.

Såfremt der politisk træffes beslutninger, der i væsentligt omfang kunne forringe TV 2s nuværende indtægtsmuligheder, - f.eks. ved tilladelse til netværk for lokalmedierne og liberalisering på teleområdet - må det være den politiske konsekvens, at der samtidig skabes en mulighed for en licensmæssig kompensation til TV 2. Ellers vil konsekvenserne for TV 2 være en drastisk forringelse af kvaliteten.

Forslaget skal imidlertid ikke betragtes som en åben check til TV 2 om kompensation for uprofessionel drift eller almindelige udsving i reklamemarkedet, men alene en kompensation for politiske beslutninger på andre områder, der måtte medvirke til at forringe TV 2s nuværende forhold.

I stedet for at tilføre TV 2 forøgede licensmidler og eftergive etableringsgælden bør der etableres en gældsafviklingsordning, da en eftergivelse ville stride imod Kombinationsmodellens hensigt om at sikre TV 2 større handlefrihed og dermed langt bedre konkurrenceevne end i dag. Det forspring, TV 2 har som reklamebærende station, bør således kunne udvikles og resultere i forøgede reklameindtægter. Det er på denne baggrund uden mening at eftergive gældsposen frem for at skabe en afviklingsordning. Tilførsel af yderligere licensmidler

kan ligeledes opfattes som i strid med Kombinationsmodellens idé, der netop er at sikre forbedrede handlemuligheder for public service stationer gennem reorganisering indenfor kendte rammer fremfor et fuldstændigt opbrud.

Ad 10

De regionale TV 2-stationer bevarer deres selvstændighed, og indgår fortsat i TV 2-familien. Deres mulighed for at bidrage til TV 2s landsflade - herunder til den kommende supplementskanal - skal styrkes.

Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

TV 2-regionerne har som en del af TV 2-familien på mange områder vist en styrke og gennemslagskraft i forhold til det regionale seerpublikum, som er enestående også i europæisk sammenhæng. Det er derfor vigtigt, at regionerne også i fremtiden skal kunne udvikle deres regionale særkender samt - især med en ekstra kanal - kunne bidrage til landsprogramfladen med danske programmer, der vil udbygge den reelle landsdækning.

Dette peger på et behov for at udvide den regionale programproduktion, både til det regionale publikum og på landsfladen. Samtidigt vil en udvidelse give regionerne mulighed for i højere grad end i dag at opdyrke et samarbejde med såvel de idébetonede lokale tv-stationer, de kommercielle lokale tv-stationer som public service institutionerne, herunder andre TV 2-regioner. En supplementskanal, der etableres i forbindelse med den jordbaserede digitale transmission, give gode muligheder for at imødekomme disse ønsker og behov.

De landsdækkende og regionale jordbaserede frekvenser

Ad 11

Alternativ I

Den fjerde landsdækkende radiokanal tildeles Danmarks Radio, således at radio-institutionen råder over fire kanaler.

Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Maria Helleberg, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Hans Carl Nielsen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

Den fjerde landsdækkende radiokanal tildeles TV 2, således at det eksisterende monopol på landsdækkende radio brydes.

Anbefales af Anders Krarup og Peter Harms Larsen.

Hvem der skal have rådighed over den fjerde, landsdækkende FM-radiokanal har de seneste år været et omdiskuteret punkt i den danske mediedebat. Med sit programudbud på de nuværende tre, landsdækkende radiokanaler har Danmarks Radio igennem en længere periode demonstreret, at virksomheden ville kunne drive fire profilerede radiokanaler. Ud fra sammenhængen i det sæt af anbefalinger, der her lægges frem, vil det derfor være den bedste løsning, at

Danmarks Radio tildeles den fjerde FM-kanal. Det giver også Danmarks Radio mulighed for i højere grad, end det i dag er tilfældet, at samarbejde med de lokale radiostationer.

At Danmarks Radio tildeles den fjerde landsdækkende radiokanal udelukker imidlertid ikke, at også TV 2 kan engagere sig i radioproduktion, jf. argumentationen under anbefaling nr. 12.

Med forslaget vil ønsket om at skabe konkurrence på nyhedsformidlingen i radio ikke umiddelbart blive opfyldt. Og det har været en af de vigtigste begrundelser for tanken om at placere den fjerde radiokanal uden for Danmarks Radios regi. Imidlertid vil der være i hvert fald to andre muligheder for at oprette konkurrerende radionyhedsstjenester.

Den ene mulighed er, at en lempelse af forbudet mod netværk mellem lokalradioer vil kunne bane vejen for en fælles nyhedsdækning af internationale og nationale anliggender. Adskillige lokalstationer har fremhævet, at de har brug for en sådan dækning for at stå sig i konkurrencen. Den anden mulighed er, at den nye DAB-teknologi vil åbne for nye storregionale og dermed *de facto* landsdækkende radiostationer.

Til fordel for at den fjerde radiokanal i stedet burde tildeles TV 2, taler at monopollet på landsdækkende radio derved ville blive brudt. Hovedargumentet herfor er, at såvel ytrings- som informationsfriheden bedst sikres "ved tilstedeværelsen af flere af hinanden uafhængige danske public service institutioner". Det samme gælder de grundlæggende hensyn til mangfoldigheden og alsidigheden.

Det har som konsekvens, at DR TV og TV 2 fastholdes som public service TV-stationer: indbyrdes uafhængige, med samme hovedsigte, forskellige opgaver og med forskellig finansiering. Dette system kan siges at have vist sig at rumme en betragtelig styrke og dynamik, der kan sikre stationerne en markant placering trods skærpet international konkurrence.

Konkurrencesituationen på radio vil givetvis være en anden end på tv. Det skyldes blandt andet, at radioen er stærkere bundet til det danske sprog end tv. Princippet om konkurrence og indbyrdes uafhængige stationer kan imidlertid siges at være lige så værdifuldt på radioområdet, da det er dette princip, der sikrer styrken og dynamikken - og dermed konkurrencedygtigheden.

Netop monopollet kan siges at være den største risiko for en institution. Konkurrence vil derimod - udover øget udbud, øget mangfoldighed og øget orientering mod kunderne (lytterne) føre til øget omkostningsbevidsthed og dermed kunne øge kvaliteten i udbudet.

Ad 12**Alternativ I**

Den landsdækkende DAB-blok tildeles Danmarks Radio til paralleludsendelse af de tre analoge kanaler. De to regionale DAB-blokke anvendes ligeledes til paralleludsendelse af Danmarks Radios regionalradioer. Sendetilladelserne til de øvrige ledige landsdækkende og storregionale frekvenser udbydes samtidig i koncession, men uden detaljeret krav til programsammensætningen. Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Bettina Heltberg, Torben Holmbäck, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

I stedet for sidste sætning i alternativ I:

Der tages først stilling til anvendelsen af de (få) øvrige DAB-muligheder, når takten i DAB-systemets faktiske udbredelse kendes.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Maria Helleberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Frands Mortensen og Hans Carl Nielsen.

Alternativ III

Den landsdækkende DAB-blok tildeles Danmarks Radio til paralleludsendelse af to analoge kanaler og TV 2 til paralleludsendelse af den analoge radiokanal.

Anbefales af Anders Krarup og Peter Harms Larsen.

Til fordel for den ovennævnte koncessionsordning kan anføres, at de nye "DAB-blokke" henholdsvis øst og vest for Lillebælt giver mulighed for at etablere yderligere et antal radiostationer. De vil kunne dække hele blokken, hvilket vil sige omkring halvdelen af landet og vil derved få status som "storregional-radioer". Det skal i den forbindelse erindres, at de enkelte DR-distriktsradioer også i DAB-teknologien vil kunne høres i hele blokken, selv om deres målgruppe er mere begrænset.

Et samarbejde om parallelsending mellem to storregionale radiostationer i hver sin blok vil reelt udgøre en landsdækkende radiokanal. Sendetilladelserne til disse ledige storregionale frekvenser bør derfor udbydes i koncession, men uden detaljerede krav til programsammensætningen. Også her bør reglerne for reklameindslag imidlertid være ensartede for alle typer radioer, der helt eller delvis reklamefinansieres. TV 2 skal som andre medievirksomheder have mulighed for at byde på sådanne radio-koncessioner, således at TV 2 ad denne vej kan få opfyldt sine ønsker om at kombinere fjernsynsvirksomhed med radio.

Anbefalingen af alternativ II er en konsekvens af anbefaling nr. 11.

En anbefaling af alternativ III vil være en naturlig konsekvens af et ønske om at tildele den fjerde landsdækkende FM-kanal til TV 2.

Ad 13

Det ledige tredje landsdækkende jordbaserede tv-frekvenssæt skal forbeholdes overgangen til digital transmission. Danmarks Radio og TV 2 skal hver tildeles to kanaler, hvoraf den ene skal anvendes til paralleludsendelse af den analoge kanal.

Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen, med undtagelse af Peter Harms Larsen.

Det anses for givet, at den digitale transmissionsteknologi ad åre vil erstatte den nuværende analoge. Det anses som hensigtsmæssigt at reservere det tredje landsdækkende frekvenssæt til den fremtidige digitale-transmission, herunder parallelsending af DRs og TV 2s programmer.

Det kan dog anføres, at tidsperspektivet med hensyn til digital anvendelse er forbundet med en vis usikkerhed. Desuden kan man sætte spørgsmålstegn ved, om digitaliseringen overhovedet sker på baggrund af et reelt ønske hos seerne.

De lokale elektroniske medier

Ad 14

For de idébetonede radiostationer og tv-stationer gælder, at de skal sikres offentlig støtte (finanslov/tipsmidler/"højskolemodel"/kommunale medieværksteder). Det forudsættes, at de ikke sender reklamer, og at de ud fra en almindelig vurdering må anses som støtteberettigede. Støttetildelingen skal ske via et centralt nævn, der ikke må være identisk med det, som udsteder sendetilladelserne.

Anbefales af alle, der har tilsluttet sig Kombinationsmodellen.

For at kunne benævnes "idébetonet" kræves, at radioen eller tv-stationen har et defineret ideologisk eller praktisk formål af ikke-kommerciel og ikke-almindelig general art, og at udsendelsesvirksomheden alene defineres ud fra disse formål.

Det er derudover vigtigt, at den offentlige støtte er tilstrækkelig stor. Hvad angår andre indtægter end reklamer, kan der eventuelt anvendes de samme regler, som gælder for andre elektroniske medier.

Imod at gøre udsendelse af reklamer til et støttekriterium, kan anføres, at en sådan skelnen i praksis vil udelukke en række medievirksomheder, der nok modtager en del af sine indtægter fra reklamer, men alligevel på udmærket vis bidrager til den lokale debat og information.

Ad 15**Alternativ I**

De lokale radiostationer bibeholder den nuværende sendestruktur baseret på kommunegrænser. Der skal gives mulighed for dannelse af fællesnævn i større omfang end nu, på tværs af kommunegrænserne, så der kan tilvejebringes et befolkningsgrundlag, der kan finansiere en større lokalradio.

Samtlige lokalstationer tildeles, hvor det er muligt, større sendestyrke (160W). Samtidig åbnes der mulighed for at lokale radiostationer individuelt kan tildeles større sendestyrke, men selv skal finansiere udgifterne herved. Dog således, at det ikke påvirker stationer udenfor fællesnævnenes område. Medievirksomheder har adgang til radiodrift på lige fod med andre.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Bettina Helberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Hans Carl Nielsen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

De lokale kommercielle radiostationer skal deles i en to-lagsstruktur. Det ene lag etableres som et større antal stationer med stor sendestyrke. Koncessionen tildeles af et centralt nævn. Det andet lag består af de tilbageblevne dele af den nuværende sendestruktur, og der fortsættes med de nuværende reguleringer. Medievirksomheder har adgang til radiodrift på lige fod med andre.

Anbefales af Kate Bluhme, Frands Mortensen og Lars Poulsen.

For at fastholde mangfoldigheden og alsidigheden er det vigtigt at styrke de lokale elektroniske medier.

De økonomiske vilkår har imidlertid både været meget svingende og ofte utilstrækkelige. Derfor er det overordentligt vigtigt enten at sikre stabil offentlig støtte eller bedre muligheder for at klare sig på kommercielle vilkår.

Til fordel for som udgangspunkt at bevare den nuværende sendestruktur taler, at de på den ene side opretholder den mangfoldighed, der er opstået af den nuværende sendestruktur og på den anden side rummes der mulighed for at sende til større områder, så der bliver bedre forudsætninger for at klare sig på rent kommercielle vilkår.

På radiosiden betyder det:

- I modsætning til en struktur med 26 til 36 stærke kommercielle regionale radioer, hvor hele den nuværende struktur skal brydes op og dermed "ødelægges", vil det ovennævnte udgangspunkt betyde, at alle lokalradioer i kommunerne stadig i princippet stilles lige, hvor det ellers ville blive tilfældigt i hvilke kommuner, det ville være muligt at få en sendetilladelse. I enkelte kommuner vil der slet ikke være mulighed for at udsende lokalradio.
- At lokalradioer - også kommercielle - vil udvikle sig på "danske præmisser". Endvidere fastholdes mangfoldigheden og det lokale islæt.

Hvis 26 til 36 lokalradioer derimod udbydes i koncession - med program-mæssige forpligtigelser - men som erhvervsvirksomheder, vil det ikke kunne hindres, at også internationale medieforetagender byder ind, og det vil næppe være lovligt at opstille dansk ejerforhold som kriterie for at få en koncession.

Mange af de eksisterende danske kommercielle radiostationer (f.eks. "bladradioerne") vil, hvis de ikke får/eller har mulighed for at byde på en koncession, ikke kunne klare sig i konkurrencen og må derfor lukke.

Samtidig har det i dag vist sig, - hvor flere små fællesnævn er gået sammen - at der har været markedsmæssig mulighed for at drive store lokalstationer på rent kommercielle vilkår - i nogle tilfælde endda med overskud.

- At der teknisk åbnes mulighed for, at alle stationer vil kunne høres i deres dækningsområde med 160W. Der indbygges endvidere den fleksibilitet, at større stationer kan tildeles større sendeeffekt, hvis det ikke forstyrrer ud over deres dækningsområde. Hermed tages der også højde for geografiske forskelle på f.eks. Vestjylland og Københavnsområdet.

Alternativt vil 26-36 regionallokale radioer med en sendeeffekt på 3kW kun give mulighed for at kunne høres i en radius af 20 km og vil f.eks. ikke tilfredsstille Radio Viborgs nuværende behov for rækkevidde (40 km i radius).

Det er samtidig ikke sikkert, at alle egne af landet vil have teknisk mulighed for at få en af de 26-36 store kommercielle radioer, da selve sendestrukturen ikke er forhandlet med nabolandene.

Sikkert er det imidlertid, at Københavnsområdet (hvor 1/3 af landets befolkning bor) kun vil kunne få 2 ud af de 26-36 store stationer, og ikke alle store kommuner i området vil kunne få deres egen frekvens. Samtidig vil den mangel på frekvenser, der allerede eksisterer især omkring København blive endnu mere udtalt.

Tolagsstrukturen kan derimod begrundes med en henvisning til, at Medieudvalgets overordnede politiske udgangspunkt er en hensyntagen til tre elementer: ytringsfrihed, informationsfrihed og tilvejebringelse af tilstrækkelig økonomiske forudsætninger for et medieudbud af høj kvalitet. Alle tre argumenter - og ikke mindst det sidste - står centralt for dem, der tilslutter sig alternativ II.

Der findes i dag ca. 250 små og mellemstore lokalradioer i Danmark, og det er med rimelighed anført, at deres programudbud ofte er for ensartet, og i alt for mange tilfælde af for dårlig kvalitet. Årsagen til dette er manglende økonomiske ressourcer.

For at skabe mulighed for at en række lokal-radioer kan erhverve de nødvendige ressourcer til at etablere en professionel nyhedsformidling og andet programudbud af højere kvalitet, end det høres idag, opdeles danske lokal-radioer i en to-lagsstruktur. Det ene lag udgøres af 26-37 stærke lokal-radioer, der har en sendestyrke på 3kW, og hvis mulige lokalisering fremgår af kapitel 4.6.3. Disse får monopol på jordbaseret lokal radio i deres sendeområde, netop for at undgå spredning af de relativt få lokale radio-reklamemidler. Det andet lag udgøres af de mindre lokale radioer, som der efter frekvensallokeringen til det første lag, er plads til. I tvivlstilfælde skal kommuner, der ikke har

lokaliseret en af radioerne fra det første lag, have fortrinsret. Det andet lag finansieres af offentlige midler og skal i øvrigt reguleres efter de eksisterende ordninger.

De, der tilslutter sig alternativ II, anfører imod alternativ I, at dette reelt ikke løser de problemer, alle er enige om findes for den eksisterende ordning. Den anførte anbefaling om, at lokal-radiostationer, hvor det er muligt, skal tildeles en sendestyrke på 160W, er for upræcis til, at den kan operationaliseres på en ensartet måde, og det samme gælder tankegangen om, at lokale radiostationer individuelt skal tildeles større sendestyrke. På grund af de manglende præciseringer i anbefalingerne må man frygte, at alternativ I reelt fører til en fastholdelse af status quo - endda imod forslagsstillernes anførte intentioner.

Ad 16

Alternativ I

Netværk for lokale radiostationer tillades i begrænset omfang. Det vil sige når det gælder nyhedsudsendelser og i nattimerne ((fra kl. 23-06) natradio). Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Ebbe Dal, Maria Helleberg, Bettina Helberg, Torben Holmbäck, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Tove Malzer, Frands Mortensen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

Netværk for lokale radiostationer tillades ikke.

Anbefales af Susanne Christiansen, Anders Krarup, Peter Harms Larsen, Kim Minke og Hans Carl Nielsen.

For tilladelse til de lokale radiostationer til at bringe fælles nyhedsudsendelser og samsende i nattimerne taler først og fremmest, at det vil øge deres muligheder for at fastholde lyttere også til de lokale programmer.

En fælles produktion og samtidig udsendelse af nyhedsprogrammer om nationale og internationale anliggender vil samtidig kunne åbne for landsdækkende konkurrence på nyhedsformidling i radiomediet. En sådan tilladelse vil endvidere hænge naturligt sammen med, at den fjerde landsdækkende radiokanal tildeles Danmarks Radio.

Til fordel for alternativ II kan som det primære anføres, at de lokale medier skal forblive lokale - det er som sådan, de skal spille deres centrale rolle i det danske mediebillede. En delvis lempelse med hensyn til nyhedsudsendelser vil blot føre til nye problemer med hensyn til at afgrænse kategorien "nyheder". Man kunne således tænke sig forskellige blandinger mellem musik og nyheder (hvilket f.eks. Danmarks Radio i dag praktiserer).

Desuden kan man mod alternativ I indvende, at des mere tid, der bruges til centralt producerede udsendelser i de lokale radioer, des mindre tid vil der være til selvstændigt producerede, dabatskabende og brugerinddragende programmer.

Ad 17

De nuværende, lokale jordbaserede tv-sendeområder udbydes i koncession. Koncessionsindehaveren får monopol på lokalt jordbaseret reklamefinansieret tv i det pågældende område. I koncessionsbetingelserne skal det fastsættes, at der skal være lokal- og aktualitetsstof. Derudover skal der ugentlig stilles et antal sendetimer til rådighed for lokale ikke-kommercielle TV-stationer. Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Susanne Christiansen, Ebbe Dal, Maria Helleberg, Bettina Heltberg, Anders Krarup, Torben Krogh, Peter Harms Larsen, Torben Dalby Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Hans Carl Nielsen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen, og Chresten W. Reves.

Supplement til anbefalingen

Der tilføjes efter sidste punktum: I en attraktiv sendetid.

Anbefales af Susanne Christiansen.

Ad 18**Alternativ I**

Koncessionerne tildeles af et centralt nævn til den højstbydende, som opfylder koncessionsbetingelserne. Medievirksomheder er berettiget til at byde på lige fod med andre. Koncessionsafgifterne opsamles i en fond, der støtter de idébetonede lokale stationer.

Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Ebbe Dal, Bettina Heltberg, Torben Holmbäck, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Hans Carl Nielsen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

Alternativ I uden sidste sætning.

Anbefales af Susanne Christiansen.

Ad 19**Alternativ I**

Det gældende forbud mod netværk for de lokale tv-stationer opretholdes.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Peter Harms Larsen, Kim Minke, Ole Steen Nielsen og Hans Carl Nielsen.

Alternativ II

De lokale tv-stationer gives mulighed for netværk. Retten til at organisere netværk gives som koncession.

Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Tove Malzer, Frands Mortensen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Et af de erkendte problemer med den nuværende ordning for lokal-tv er den vilkårlighed og inkompetence, der har præget uddelingen og administrationen af sendetilladelser. Også lokalpolitiske motiver har spillet ind med det resultat, at loven har virket meget forskelligt i forskellige dele af landet.

Det foreslåede system med lokal-tv-stationer med koncession, der skal uddeles af ét centralt nævn, løser dette problem. Et centralt nævn vil eliminere lokale forskelle, koncessionerne vil indeholde betingelser, der lægger afgørelsen om evt. overtrædelse heraf over til domstolene. En koncessionsordning vil endvidere ikke stille nogen af de nuværende sendetilladelses-indehavere i en gunstigere position end nye aktører, der ønsker at komme ind på dette marked. Da de påtænkte lokale tv-stationer endvidere skal have monopol på jordbaseret lokal tv-reklame i deres område, kan man pålægge dem at stille sendetid til rådighed for ikke-kommercielle tv-stationer, uden at dette virker konkurrenceforvridende.

For en fortsat opretholdelse af forbudet mod netværk og lokal-tv kan nævnes følgende.

En tilladelse til netværk mellem lokal-tv stationerne vil reelt komme til at betyde, at man åbner for en tredje landsdækkende tv-kanal, der skal konkurrere med TV 2 og TV3 om markedet for landsdækkende tv-reklame i Danmark. Den seermæssige interesse for en sådan landsdækkende programflade vil i alt væsentligt koncentreres på udenlandsk produceret programstof, og dermed ville en tilladelse til netværk modvirke det mediepolitiske mål at tilvejebringe en øget mangfoldighed i mediebilledet med udgangspunkt i det lokale samfund.

Lokal-tv er igennem årene kommet til at spille en væsentlig kulturpolitisk og lokalpolitisk rolle. Det er derfor af afgørende betydning, at der skabes mulighed for, at lokal-tv fortsat kan eksistere, og at der tilmed kan blive tale om en udvidelse af den danske programproduktion på de lokale tv-stationer.

En tilladelse til netværk vil åbne hele området for eksterne kapitalinteresser, f.eks. med rådighed over udenlandsk produceret programstof, som dermed ville få adgang til det udvidede kommercielle marked, som disse lokal-tv-stationer kan komme til at udgøre. Derimod ville en sådan udvikling næppe have en positiv betydning med hensyn til en øget dansk produktion af tv på lokalt niveau.

Det kulturpolitisk rigtige og mere forsvarligt langsigtede valg er derimod at fremme den danskproducerede del af lokal-tv med en endnu højere kvalitet end i dag gennem etablering af licensfinansierede vinduer i Danmarks Radios sendetid til lokal-tv-stationerne. Derved ville DR-TV også sikres en større grad af landsdækkende forankring, som kan modsvare TV 2 regionernes udsendelser. En sådan løsning vil være teknisk mulig og tilmed sikre en konkurrence mellem de to public service stationer både på det landsdækkende og det regionale/lokale område.

Det har været diskuteret, hvorvidt en kommende teliberalisering (trin 2 i 1998) ville udhule mulighederne for at håndhæve en begrænsning af lokal-radioers og lokal-tvs udbredelse. Til dette kan siges, at liberaliseringen alene vedrører muligheder for at anvende anden infrastruktur end Tele Danmarks ved passage af kommunegrænserne. Derimod vil det fortsat være muligt at håndhæve reglerne som vilkår ved fordeling af lokalradio og -tv i fællesantenneanlæg (nabo-nabo-kommune-reglen).

Det har ligeledes været diskuteret, hvorvidt kommende EU-reguleringer på teleområdet ville ophæve mulighederne for en begrænset udbredelse af lokal-tv. Der er imidlertid intet i disse kommende reguleringer, som vil forhindre fortsat dansk selvbestemmelse. Det vil sige at kulturpolitiske reguleringer af lokal-tv kan fastholdes også efter 1998. Herunder kan der fastsættes krav til programindholdet, f.eks. om det udelukkende eller primært skal vedrøre lokale forhold.

Der er endvidere blevet fremført, at tilladelse til netværk må være en logisk konsekvens af, at alle efter 1998 får tilladelse til at drive landsdækkende kabelspredt tv-programvirksomhed. Det forhindrer imidlertid ikke, at lokal-tv underkastes krav om lokal forankring i programudbudet. En eventuel fremtidig teknisk og juridisk mulighed for landsdækkende spredning af lokal-tv i kabel måtte i så fald bero på et seerønske og ville altså være helt uafhængig af en tilladelse til netværk med andre lokal-tv stationer.

Det kan på den anden side anføres, at ifølge det indgående teleforlig og dettes kommende trin 2 vil der senest fra 1.1.1998 gælde en total liberalisering for danske kabelanlæg, herunder danske fællesantenneanlæg. Det betyder for det første, at alle kan få tilladelse til at drive programvirksomhed i kablerne, herunder ejerne af kablerne, f.eks. Tele Danmark og Telia.

I fællesantenneanlæg må man lovligt retransmittere satellit-tv-kanaler og de jordbaserede kanaler, der kan modtages i anlæggets head-end. Herunder lokale jordbaserede tv-kanaler, der også må være reklamefinansierede. Indtil videre er det muligt at begrænse spredningen, jf. nabo-nabo-kommune-reglen, men med en kommende forøget kapacitet i nettet vil en sådan regel være sårbar og tillige kan det forudses, at der vil ske en større sammensmeltning af radio/tv, IT og andre teleydelser, som kan vanskeliggøre en håndhævelse af reglerne. Man kan derved forudse, at enhver lokal-tv-station på sigt vil få mulighed for retransmission i et landsdækkende fællesantenneanlæg og dermed blive landsdækkende (i kablerne).

Mediepolitisk kan disse realiteter begrunde en lovliggørelse af netværk. Men gøres retten til at samsende og til at organisere netværk betinget af koncession, vil det være muligt at styre udviklingen på længere sigt. Koncessionen kunne tildeles af et centralt nævn, uafhængigt af de nugældende sendetilladelser.

I koncessionsordningerne kunne der opstilles forudsætninger, f.eks. om at en væsentlig del af de reklameindtægter, som indtjenes ved netværk, anvendes af de lokale stationer til produktion af lokale nyheds- og aktualitetsprogram-

mer. En koncession med lokalt monopol på reklamesending kan ligeledes indeholde krav om vinduer i sendefladen til brug for idébaseret lokal-tv.

Det må anses for en fordel, hvis en koncessionsordning hviler på klare juridiske præmisser, så der effektivt og smidigt kan sanktioneres overfor eventuelle overtrædelser af betingelserne.

Uanset ovennævnte betragtninger er det klart, at den teknologiske og regulatoriske udvikling fremover gør det stadigt vanskeligere at opretholde og håndhæve en kulturpolitisk regulering som nævnt ved siden af en teleregulering, der ikke sætter grænser på de pågældende områder. Det gælder især for distributionsformer, der ikke er begrænset med hensyn til kapacitet (satellit- og kabel-distribution).

Den nævnte udvikling indebærer blandt andet:

- at der sker en stadig større sammensmeltning af radio/tv, IT- og teleydelser og at en række nye blandingsydelser i den forbindelse vil opstå,
- at der fremover bliver flere infrastruktur-udbydere, der kan tilbyde transport af radio-tv, herunder navnlig flere udbydere af forskellige former for kabel-baseret infrastruktur, og
- at der må forventes at ske en generel billiggørelse af langdistancefremføring af radio/tv-programmer m.v.

For at koncessionsafgifterne opsamles i en fond, der skal støtte de idébetonede lokale stationer, taler, at disse stationer ikke alene kan overleve via lokale midler bevilget ud fra kulturpolitiske motiver, men at der givetvis må tilføjes midler fra centralt hold. Her kan koncessionsafgifterne danne et solidt udgangspunkt for bevillingerne, der naturligvis kan suppleres med yderligere statsmidler, hvis der er politisk flertal for det.

Imod at koncessionsafgifterne opsamles i en fond, kan anføres, at det er en kulturpolitisk beslutning, hvor stor den offentlige støtte til de idébetonede lokale stationer skal være, mens det afhænger af erhvervsinteresser, hvor store koncessionsindtægterne vil være. Det kan derfor betragtes som en u hensigtsmæssig sammenblanding - der giver økonomisk afhængighed - hvis man foretager denne sammenkobling af to områder, der drives efter forskellige principper.

Ad 20**Alternativ I**

Følgende mener ikke, at spørgsmål om, hvorvidt de lokale medier i større udtrækning end i dag, skal have programmer sendt i public-service-kanalerne hører hjemme i disse anbefalinger.

Anbefales af Gunhild Agger, Kate Bluhme, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Kim Minke, Frands Mortensen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

Det skal tilstræbes, at de lokale medier i større udtrækning end i dag, får programmer sendt i public-service-kanalerne. Reglerne for samarbejde aftales nærmere mellem de pågældende institutioner.

Anbefales af Susanne Christiansen, Maria Helleberg, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer og Hans Carl Nielsen.

Argumentationen til fordel for alternativ I hviler ikke på en modstand mod, at de lokale medier skal have deres programmer sendt i public service kanalerne. Spørgsmålet er alene, om en sådan form for hensigtserklæring skal udtrykkes som en egentlig anbefaling i denne sammenhæng.

Til fordel for alternativ II taler, at de muligheder der i princippet er for at udvikle et samarbejde mellem de lokale medier og public service kanalerne, indtil nu er blevet udnyttet for lidt. En stor del af sendetiden i dagtimerne udnyttes i dag kun til at sende prøvebillede. Man bør anspore til, at de lokale medier får muligheder for under en eller anden form at få "vinduer" eller på anden måde sendetid på public service kanalerne. Et øget samarbejde mellem de lokale medier og de regionale/nationale public service medier vil styrke det danske medieudbud og danne et godt grundlag for gensidig inspiration. De problemer der er med det redaktionelle ansvar for programmerne på den enkelte kanal, bør kunne løses gennem særlige aftaler.

Reklameregler**Ad 21****Alternativ I**

For de jordbaserede danske tv-kanaler gælder, at minimumsreglerne i EUs tv-direktiv indføres - bortset fra tilladelse til at afbryde programmer (breaks).

Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Anders Krarup, Torben Krogh, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Frands Mortensen, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

De nuværende reklameregler vedrørende de jordbaserede danske tv-kanaler opretholdes.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Maria Helleberg, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen og Hans Carl Nielsen.

Ad 22**Alternativ I**

De særlige danske krav til reklamer samt finansiering af satellit- og kabelradio og -tv ophæves, og EUs tv-direktivs minimumsregler indføres - bortset fra tilladelse til at afbryde programmer (breaks).

Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Anders Krarup, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Kim Minke, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

De nuværende reklameregler vedrørende satellit- og kabelradio og -tv opretholdes.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen og Hans Carl Nielsen.

Alternativ III

De særlige danske krav til reklamer samt finansiering af satellit- og kabelradio og -tv ophæves, og EUs tv-direktivs minimumsregler indføres.

Anbefales af Torben Krogh og Frands Mortensen.

Ad 23**Alternativ I**

Local insert af reklamer i retransmission af tv-programmer via satellit tillades, dog således at local insert ikke tillades for TV-stationer, der sender breaks.

Anbefales af Kate Bluhme, Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Dalby Larsen, Peter Harms Larsen, Tove Malzer, Ole Steen Nielsen, Lars Poulsen og Chresten W. Reves.

Alternativ II

De nuværende reklameregler for local insert opretholdes.

Anbefales af Gunhild Agger, Susanne Christiansen, Bettina Heltberg, Ole Kidmose, Lisbeth Knudsen, Anders Krarup, Kim Minke og Hans Carl Nielsen.

Alternativ III

Local insert af reklamer i kabel-retransmission af satellit-kanaler tillades.

Anbefales af Torben Krogh og Frands Mortensen.

Til fordel for en opretholdelse af de nuværende reklameregler taler, at de danske regler på en række punkter er bedre end EUs minimumsregler.

Tv-reklamer er stærkere og langt mere påtrængende end reklamer i andre medier. Foreningen af lyd (musik, speak, effektlyde) og billeder (farver, aktion, klip, billedmanipulation) giver en kraftig og for seeren ofte ubevidst påvirkning. Desuden er mediet meget flygtigt. Der er ingen fortrydelsesret, ingen tid til at dvæle ved reklamens indhold og virkemidler. Derved er der ringere mulighed for at være kritisk over for reklamen.

Disse forhold gør, at der må tages hensyn specielt til børn, ligesom der må være regler for bl.a. reklamer, hvis formål alene er at fremme afsætning af sundhedsskadelige (ved misbrug) stoffer som alkohol, tobak og medicin. Bl.a. på følgende punkter (bortset fra tobak) er de danske regler bedre end minimumsreglerne:

- Det er forbudt at reklamere for lægemidler, og lægemiddelvirksomhederne må ikke sponsorere.
- Der er meget mere detaljerede regler for reklame rettet mod børn vedrørende f.eks. reklamernes udformning og vedrørende reklamer for slik mv. Der må ikke direkte appelleres til køb, sociale værdier må ikke undermineres, og børn under 14 år må kun medvirke i tv-reklamer under særlige betingelser. EUs minimumsregler er meget mere generelle og derfor mindre effektive.
- Reklamer må ikke afbryde programmerne.
- Den maksimale reklametid er 10% mod 15% i tv-direktivet.
- Det er forbudt at reklamere for alkohol bortset fra let øl. Reklame mv. for alkoholiske drikke bør sidestilles med tobaksreklame og dermed være forbudt.

Der er ofte argumenteret med, at de danske reklameregler må lempes, så TV 2 kan konkurrere om reklamemarkedet med TV3. Men blot fordi TV3 ikke overholder de danske regler, selv om TV3 målrettet sender til Danmark, skal Danmark ikke bare opgive egne og bedre regler. Tværtimod må der arbejdes for, at EU-direktivet forbedres, således at det fremgår mere tydeligt end nu, at TV3 skal overholde de danske regler.

De øvrige udenlandske satellitreklamekanaler vil selvfølgelig altid være en konkurrent til TV 2 på reklamemarkedet. Men TV 2 må overleve på dansk kvalitets-tv og ikke ved, at de danske regler lempes.

Til fordel for en lempelse af de danske regler i retning af direktivets minimumskrav taler, at den vil imødekomme behovet for en ligestilling mellem danske og udenlandske tv-stationer. I den forbindelse spiller muligheden for satellit-transmissioner en særlig rolle. Det vil være i dansk interesse, at reglerne for satellit-tv bliver ensartede i det samlede EU/EØS-område. Kan Danmark ikke komme igennem med forslag om fælles regler efter de normer, der i dag er gældende her i landet, vil det kun skade den reklamefinansierede del af public service systemet, hvis Danmark fortsat fastholder særligt restriktive regler. Når det drejer sig om local insert, er det fremført, at dette på bekostning af de lokale medier vil styrke de internationale kanaler, hvilket ikke forekommer at være i harmoni med ønsket om at bevare den danske mediestruktur, endsize med ønsket om at kunne finansiere denne.

For local insert af reklamer taler, at der bør gælde samme regler for satellit-båret tv, der føres direkte ind i danske kabler, som for anden reklamevirksomhed, og at local insert, der er en del af kabel-tvs udfoldelsesmuligheder, følgelig bør tillades. I øvrigt vil langt størstedelen af indtjeningen ved local insert tilgå ejerne af de danske kabelanlæg, der har hårdt brug for yderligere økonomiske midler til at finansiere nødvendige moderniseringer og udvidelser af kabelanlæggene.

Imod at tillade local insert kan anføres, at der er tale om en procedure, der vil styrke de internationale kanaler. Det forekommer ikke at være i harmoni med ønsket om at bevare den danske mediestruktur, endside med ønsket om at kunne finansiere denne.

7.1.4 Forbehold

Ebbe Dal, Torben Holmbäck, Torben Dalby Larsen, Ole Steen Nielsen og Chresten W. Reves gør opmærksom på, at deres tilslutning til Kombinationsmodellen tager udgangspunkt i den opfattelse, at det på langt sigt hverken er ønskværdigt eller gørligt at regulere befolkningens medieforbrug ad politisk vej.

I en mellemliggende periode mener gruppen, at det er mest hensigtsmæssigt at tilrettelægge en mediepolitik ud fra det etablerede mediebillede. Gruppen er positiv overfor public service begrebet ud fra ønsket om at bevare et væsentligt dansk islæt i de elektroniske mediers programudbud og ser videreførelsen af TV 1 og TV 2 som konkurrerende public service medier som en chance for gennem konkurrence både at bevare et dansk udbud og udnytte ressourcerne bedst. Et konkurrencemoment mellem de to offentlige tv-kanaler bør medvirke til at forhindre uproduktiv vækst i public service sektoren.

På lokal-tv- og -radioområdet er gruppen optaget af at fastholde og muliggøre andre medievirksomheders adgang til at drive lokale elektroniske medier. Virksomheder, der i forvejen har medieekspertise, har særlige forudsætninger for at videreføre professionel journalistik til andre medieformer. Befolkningens naturlige interesse i et håndværksmæssigt og etisk forsvarligt udbud såvel på landsplan som lokal gør det naturligt og rigtigt at give professionelle medievirksomheder adgang til komplementære medieformer.

7.2 Konkurrencemodellen

Et mindretal på ialt 4 af Medieudvalgets 28 voterende medlemmer, bestående af *Bent Helvang, Poul Erik Magnussen, Raymond Olsen og Ole Prehn* anbefaler, at den kommende politiske løsning på de elektroniske mediers forhold tager udgangspunkt i den efterfølgende helhedsmodel, kaldet Konkurrencemodellen.

7.2.1 Mediepolitiske målsætninger

Konkurrencemodellen ønsker både at give så liberale vilkår for de elektroniske medier som muligt og at give public service en stabil fremtid, og dermed sikre et dansk bolværk mod det stigende antal udenlandske programmer. Det afgørende middel hertil anses af anbefalerne for at være en klar adskillelse af finansieringsvilkårene for public service forpligtet programvirksomhed henholdsvis kommerciel finansieret programvirksomhed uden fulde public service forpligtelser, hvorved der bedst sikres en reel konkurrence mellem de to former for programvirksomhed - deraf navnet på modellen.

Som begrundelse herfor kan anføres:

- At public service programvirksomhed i længden ikke kan reklamefinansieres, fordi konkurrencen om reklameindtægterne skærpes, så forpligtelserne ikke kan opfyldes. Det gælder endnu mere, hvis der er tale om privatejede stationer, som også skal indtjene penge til ejerne.
- At også blandingsfinansieringen af public service, som vi kender den fra TV 2, ikke anses for at være holdbar i lyset af stigende konkurrence om reklameindtægterne. Erfaringerne fra en række lande (Italien, Tyskland, Holland og Østrig) bekræfter risikoen for, at de kommercielle indtægter til public service kanalerne falder og/eller, at stationerne svigter hensynet til alsidigheden og programkvaliteten. Desuden kan der henvises til, at Norge, Sverige, Finland og England holder sig til den finansieringsadskilte model, og at erfaringerne især på de relativt små nordiske markeder viser, at de private stationer har langt mindre mangfoldighed i udbudet.
- At det forhold, at Danmarks Radio og TV 2 i dag tilsammen har langt den største del af seerne (ca. 70%), ikke skyldes finansieringsformen, men den kendsgerning at de landsdækkende udgør et duopol, idet den nærmeste konkurrent, TV3, kun kan ses af 56% af befolkningen. En lignende begrænsning af konkurrencen findes ikke i noget andet vest-europæisk land.

- At der er brug for en god, dansk, kommercielt finansieret station, som bærer forpligtelser til professionelle nyhedsprogrammer og en betydelig procentdel danske programmer, uden at forpligtelserne er så omfattende i henseende til mangfoldigheden, at det bør kaldes public service. Dette er realistisk at forvente ud fra skønnene over det fremtidige reklamemarked.
- At den nuværende situation med to konkurrerende public service kanaler rent faktisk ikke giver seerne reel valgfrihed på samme tidspunkt, men ofte fremtvinger valg mellem samme programtype, det være sig debatprogrammer, børneprogrammer, underholdningsshow's etc., og derfor forudsætter et effektivt public service tilbud i mindst to koordinerede kanaler.
- At blandingsfinansieringen af TV 2 og forbudet mod netværk allerede nu fører til en række ødelæggende begrænsninger for de lokale kommercielle stationer - begrænsninger som ikke lader sig opretholde ret længe med tanke på satellitteknologien og liberaliseringen af kabel-tv fra 1998.

En af de afgørende pointer ved en klar adskillelse mellem public service stationer og kommercielle stationer vil derfor være, at det både giver mulighed for en betydelig liberalisering for disse kommercielle stationers vedkommende samtidig med, at public service stationerne sikres plads også i fremtidens mediebillede. Som en tredje sektor skal de idébetonede lokale medier sikres tilstrækkelig offentlig støtte, så også de i fremtiden kan indtage deres betydningsfulde plads i det samlede mediebillede.

Sammenfattende er det modellens mål, at sikre forbrugerne et klart valg mellem tre medietyper:

1. Public service medier på nationalt og regionalt niveau.
2. Kommercielle medier på nationalt og regionalt/lokalt niveau.
3. Idébetonede lokale medier på lokalt niveau og gennem "vinduer" i public service kanalerne på regionalt og nationalt niveau.

I og med at de tre medietyper - ud fra hver deres idégrundlag - alene skal konkurrere om forbrugernes gunst, og ikke om de samme økonomiske midler, kan systemet karakteriseret som holdbart også på længere sigt.

7.2.2 Modellens enkelte elementer

Public service virksomhed

1. TV 2/Danmark omdannes til et aktieselskab, der sammenlægges med TVR, med staten som majoritetsholder, og samtidigt søges gælden

afviklet. TV 2 pålægges programforpligtelser (nyhedsformidling og en betydelig andel danske programmer) og finansieres rent kommercielt.

2. Danmarks Radio opretholdes i sin nuværende form, men med en TV-supplementskanal, der så hurtigt som det er teknisk muligt udbygges digitalt terrestrisk med henblik på at sende to koordinerede public service kanaler. Dette forudsætter ikke licensstigning ud over den normale inflationssikring.
3. De eksisterende regionale TV-stationer, tilknyttet TV 2-systemet, adskilles herfra som selvstændige licensfinansierede virksomheder med public service forpligtelser. De regionale udsendelser kan placeres på TV 2s, på DRs kanaler eller begge steder.
4. Både TV 2, de selvstændige regionale stationer og Danmarks Radio sikres større manøvrefrihed ved, at TV 2-fonden og Radiofonden ophæves, og indtægterne går direkte til stationerne drift. Der bør tilvejebringes forudsætninger for, at TV 2 og Danmarks Radio kan overtage ejendomsretten til deres respektive sendenet, idet det skal sikres, at andre brugere af sendenet får de samme rettigheder som i dag. Danmarks Radio og TV-regionerne får større frihed til at iværksætte nye aktiviteter, herunder mulighed for at oprette fælles selskaber (joint ventures) med private selskaber.
5. Danmarks Radio tildeles FM 4, idet det antages, at der frekvensmæssigt kan opnås en tilfredsstillende løsning for de store, kommercielle lokalradioer i det øverste lag (se pkt. 8).

De landsdækkende og regionale jordbaserede frekvenser

6. Det ledige jordbaserede TV-frekvenssæt skal forbeholdes overgangen til digital transmission. DR og TV 2 skal gives mulighed for paralleludsendelse, og DR tildeles en ekstra digital frekvens. Anvendelsen af den fjerde digitale frekvens bør der først tages stilling til, når digitaliseringen er gennemført, og man efterhånden kender konkurrencevilkårene, se dog forbeholdet i afsnit 7.2.4.
7. DAB forventes at give plads til seks landsdækkende radiokanaler, hvoraf Danmarks Radio kun forventes at bruge de tre. Kommercielle lokalradioer sikres ligeledes muligheder for udsendelse via DAB så snart, der er mulighed herfor.

De landsdækkende kommercielle medier

8. Foruden TV 2/Danmark, som er rent kommercielt finansieret, jf. pkt. 1, åbnes mulighed for satellit-tv og kabelfødt-tv efter tv-direktivets reklameregler samt netværk for kommercielle, lokale tv-stationer.

De lokale elektroniske medier

9. Lokal radio og TV opdeles i to lag. Det øverste lag finansieres udelukkende kommercielt og tildeles sendeeffekter, som gør det økonomisk rentabelt for i hvert fald radioerne. Reguleringen af dette lag sker centralt efter objektive kriterier i et udvalg bestående af eksperter. Det nederste lag skal efter nærmere kriterier modtage offentlig støtte og tildeles sendeeffekter, der dækker en kommune. Reguleringen af dette lag sker lokalt.
10. Netværk tillades for lokal radio og TV så hurtigt som muligt.
11. De idébetonede lokale radio- og TV-stationer (det nederste lag) skal sikres offentlig støtte (finanslov / tipsmidler / "højskolemodel" / kommunale medieværksteder) samt adgang til DRs og TV-regionernes sendeflader.

Reklameregler

12. Tv-direktivets minimumskrav skal være gældende.
13. Local inserts og reklamer i kabel-født tv skal tillades.

7.2.3 Mediepolitiske vurderinger

Public service virksomhed

Ad 1

TV 2/Danmark og TVR omdannes til et aktieselskab med staten som majoritetsholder og samtidigt søges gælden afviklet, TV 2 pålægges programforpligtelser (nyhedsformidling og en betydelig andel danske programmer) og finansieres rent kommercielt.

Ad 2

Danmarks Radio opretholdes i sin nuværende form, men med en TV-supplementskanal, der så hurtigt som det er teknisk muligt udbygges digitalt terrestrisk med henblik på at sende to koordinerede public service kanaler. Dette forudsætter ikke licensstigning ud over den normale inflationssikring.

Ad 3

De eksisterende regionale tv-stationer, tilknyttet TV 2-systemet, adskilles herfra som selvstændige licensfinansierede virksomheder med public service

forpligtelser. De regionale udsendelser kan placeres på TV 2s, på DRs kanaler eller begge steder.

Til fordel for disse centrale elementer i modellen taler, at de vil imødekomme væsentlige dele af den kritik, der er rejst mod det nuværende mediesystem. Det gælder:

- Risikoen for at tilbuddet til seerne og lytterne om public service medier vil elimineres i takt med den stigende internationale og kommercielle konkurrence på TV-området.
- Efterhånden som TV 2 presses på reklameindtægterne, vil TV 2 og DR konkurrere om licensindtægterne (kannibalisme) og dermed politikernes bevågenhed i stedet for at sikre seerne et mangfoldigt og alsidigt programudbud.
- Seernes ønsker om til stadighed at kunne vælge mellem forskellige public service programtyper, herunder at såkaldte "smalle programmer" kan sendes i den bedste sendetid mellem klokken 19-22.
- Den kritik, der er rejst fra de kommercielle TV-stationer side over, at TV 2 favoriseres i konkurrencen om reklameindtægterne qva licens-tilskuddet.

Imod modellen kan indvendes, at store dele af public service forpligtelsen hermed lægges på Danmarks Radio, men dog også TV-regionerne. Spørgsmålet er, om Danmarks Radio i den situation vil være i stand til at sikre den fornyelse, som til stadighed kræves af public service, eller om man udelukkende vil producere programmer, som henvender sig til de få og derved ufri-villigt kommer til at støtte de kommercielle kanaler.

Hertil kan anføres, at to tv-kanaler under Danmarks Radio - med eller uden sendemæssigt samarbejde med regionerne - netop vil gøre det muligt både at betjene de mange og de få på samme tid, og anspore til at forny også det brede public service udbud, ligesom der fortsat vil være konkurrence på nyhedsfor-midlingen både fra TV 2/Danmark og andre kommercielle stationer. Det er netop erfaringerne med en finansieringsadskilt model i f.eks. England og Sverige, hvor BBC og SVT alment anerkendes for deres programkvalitet, også til de mange seere.

Det væsentligste argument mod den adskilte finansiering er frykten for, at DR ikke kan opretholde så stort et seergrundlag på sine to kanaler, at licensbe-talingsviljen fastholdes. Her vil et blandingsfinansieret TV 2 kunne være med til fortsat at legitimere licensen.

En mere teoretisk indvending imod modellen er, at den ikke laver en fuldt kon-sekvent adskillelse af finansiering og kanaler, idet de licensfinansierede regionale tv-stationer fortsat får mulighed for at sende på TV 2s sendenet og ikke påtvinges et samarbejde med DR. Denne manglende konsekvens kan

ophæves, enten ved at regionerne senere får deres egen kanal eller ved at regionerne ændrer holdning til at samarbejde med DR.

Den koncentration af public service, som Konkurrencemodellen er udtryk for, har klare systemfordele. Men om man vurderer koncentrationen som en risiko, og om den i givet fald er værd at løbe, står og falder i sidste ende med tilliden til, om Danmarks Radio vil kunne varetage opgaven.

Ad 4

Både de selvstændige regionale stationer og Danmarks Radio sikres større manøvre frihed ved at TV 2-fonden og Radiofonden ophæves, og indtægterne går direkte til stationerne drift. Der bør tilvejebringes forudsætninger for, at TV 2 og Danmarks Radio kan overtage ejendomsretten til deres respektive sendernet, idet det skal sikres at andre brugere af sendernet får de samme rettigheder som i dag. Danmarks Radio og TV-regionerne får større frihed til at iværksætte nye aktiviteter, herunder mulighed for at oprette fælles selskaber (joint ventures) med private selskaber.

For at kunne klare sig i såvel den nationale som den internationale konkurrence og dermed sikre, at der til stadighed er et mangfoldigt programudbud, må DR og TV 2 have friere og bedre arbejdsvilkår, end det i dag er tilfældet. Samtidigt bør de to virksomheder sikres den størst mulige arbejdsro i forhold til politiske beslutninger om deres driftsøkonomi.

Imod kan anføres en risiko for konkurrenceforvridning med licensmidler, hvis aktiviteterne ikke udskilles klart i egne selskaber.

Ad 5

Danmarks Radio tildeles FM 4, idet det antages, at der frekvensmæssigt kan opnås en tilfredsstillende løsning for de store, kommercielle lokal-radioer i det øverste lag (se pkt. 8).

Fire differentierede radiokanaler giver lytterne reelle valgmuligheder, hvilket DR med sine nuværende tre kanaler har dokumenteret. Men det ændrer ikke ved, at det reelle monopolbrud på landsplan må vente til DAB er en realitet. Indtil da må man nøjes med, at et netværk af store lokale radioer delvist kan bryde Radioavisens monopol på radionyhedsformidling.

De landsdækkende og regionale jordbaserede frekvenser

Ad 6

Det ledige jordbaserede tv-frekvenssæt skal forbeholdes overgangen til digital transmission. DR og TV 2 skal gives mulighed for paralleludsendelse, og DR tildeles en ekstra digital frekvens.

Det anses for givet, at den digitale transmissionsteknologi ad åre vil erstatte den nuværende analoge. Det anses som hensigtsmæssigt at reservere det tredje landsdækkende frekvenssæt til den fremtidige digitale transmission, herunder parallelsending af DRs og TV 2s programmer.

Imod digitaliseringen kan anføres, at man på kort sigt må opgive en (næsten) landsdækkende tredje kanal, som seerne kan få glæde af nu, idet digitaliseringen først vil slå fuldt igennem om måske 10 år.

Ad 7

DAB forventes at give plads til seks landsdækkende radiokanaler, hvoraf Danmarks Radio kun forventes at bruge de tre. Kommercielle lokal-radioer sikres ligeledes muligheder for udsendelse via DAB så snart, der er mulighed herfor.

DAB vil for alvor bryde DRs monopol på radio. Der bliver plads til flere landsdækkende stationer og landsdelsstationer. Den eneste ulempe kan opstå for de små idébetonede lokalradioer, hvis lyttere på længere sigt vælger FM helt fra. Det bliver mere end vanskeligt at få plads til lokalradioerne på DAB.

De landsdækkende kommercielle medier

Ad 8

Foruden TV 2/Danmark, som er rent kommercielt finansieret (jvf. pkt. 1) åbnes mulighed for satellit-tv og kabelfødt tv efter EU-direktivets reklameregler samt netværk for kommercielle, lokale tv-stationer.

Foruden to landsdækkende public service kanaler sikres en dansk kommerciel kvalitetskanal, som i mange år vil have fordel af at være den eneste helt landsdækkende, samtidigt gives frie muligheder for kommerciel virksomhed både via satellit, kabel og terrestrisk netværk. Det vil give seerne mere at vælge imellem, samtidigt med at DR og TV 2 kan stimulere kvaliteten i det private TV-udbud.

Modellen er ikke konsekvent liberal, idet de kommercielle frekvenser ikke bortauktioneres til højstbydende, fordi TV 2 skal kunne pålægges visse programkrav på et realistisk grundlag.

De lokale elektroniske medier

Ad 9

Lokal radio og tv opdeles i to lag. Det øverste lag finansieres udelukkende kommercielt og tildeles sendeeffekter, som gør det økonomisk rentabelt for i hvert fald radioerne. Reguleringen af dette lag sker centralt efter objektive kriterier i et udvalg bestående af eksperter. Det nederste lag skal efter nær-

mere kriterier modtage offentlig støtte og tildeles sendeeffekter der dækker en kommune. Reguleringen af dette lag sker lokalt.

Ad 10

Netværk tillades for lokal radio og tv så hurtigt som muligt.

Ad 11

De idébetonede lokale radio- og tv-stationer (det nederste lag) skal sikres offentlig støtte (finanslov/tipsmidler/"højskolemodel"/kommunale medieværksteder) samt adgang til DRs og TV-regionernes sendeflader.

For denne tolags-model taler, at den imødekommer indvendingerne om umulige økonomiske vilkår, både fra de større, kommercielt orienterede lokale medier og de mindre, idébetonede.

En ophævelse af forbudet mod netværk vil således sikre de mest populære af de lokale medier betydeligt bedre vilkår, ligesom det vil betyde en betydningsfuld regelsanering. Det vil være i god overensstemmelse med modellens mediepolitiske grundsyn at lade det være op til markedet at bestemme omfanget af sådanne netværksaftaler.

Man kan på den ene side forestille sig, at behovet for lokale medier, og dermed også reklamemarkedsgrundlaget, vil være så udtalt, at stationerne ikke ville fravælge de lokale programtyper. På den anden side ville der - hvis dette kun i begrænset grad var tilfældet - være en risiko for, at stationerne udelukkende sendte populære programmer uden lokalt indhold.

Hvis det sidste er tilfældet, kan man forudse en stigende koncentration af reelt landsdækkende kommercielle kanaler, hvilket ud fra hensynet til mangfoldigheden kunne tale imod en fuldstændig ophævelse af netværksforbudet.

Herimod kan indvendes, at nok vil netværkssamarbejdet på radioområdet sandsynligvis medføre noget, der ligner en landsdækkende radiokanal, men at dette på den anden side kunne blive et ønskeligt alternativ til Danmarks Radio. På TV-siden kan man stille spørgsmålstegn ved, om et netværk ville blive fuldt landsdækkende.

Betænkelighederne ved netværk kunne endvidere være, at konkurrencen om seere og reklamemidlerne ville kunne skade TV 2/Danmark. Imidlertid skønner den af Medieudvalget nedsatte Regnegruppe, at tabet begrænses, fordi der forventes en samlet vækst i reklameomsætningen, helt bortset fra at liberaliseringen af kabellovgivningen betyder, at netværk ikke kan forhindres. Beregninger foretaget i Regnegruppen viser desuden, at TV 2 under alle omstændigheder må regne med at tabe markedsandele i de kommende år. Hvis netværk ikke tillades, sker tabet i stedet overfor udenlandske satellitkanaler.

Det idébetonede lag af de lokale stationer vil få mulighed for både deres egne, lokale udsendelser og for at få spredt udsendelser til større grupper via DRs kanaler og således yde deres bidrag til den demokratiske og kulturelle debat.

Reklameregler

Ad 12

Tv-direktivets minimumskrav skal være gældende.

En mediepolitik, der skal sikre de bedst mulige vilkår for såvel de kommercielle medier, som public service medierne, må - i lyset af den internationale konkurrence - udformes således, at de kommercielle medier sikres lige vilkår med de øvrige konkurrenter.

Imod en indførelse af direktivets minimumskrav taler, at det vil betyde en tilsidesættelse af de kulturpolitiske hensyn, som de nuværende danske regler prøver at tilgodese. Der kan i forlængelse heraf argumenteres for, at medievirksomheder, der vælger at drive udsendelsesvirksomhed fra dansk område, må indstille sig på, at disse særlige vilkår er gældende.

Ad 13

Local inserts og reklamer i kabelfødt tv skal tillades.

Dette er en følge af liberaliseringen, men vil naturligvis påføre TV 2 en vis, beskeden konkurrence (der henvises til den under Medieudvalget nedsatte Regnegruppes arbejde).

7.2.4 Forbehold

Raymond Olsen

Med henvisning til "Den tre-delte-model" - en dansk helhedsløsning kap. 6 - og som anbefaler af "Konkurrencemodellen" ønskes følgende forbehold fremført:

1. De regionale tv-stationer frigøres fra TV 2-Danmark. Der opretholdes en begrænset public service forpligtelse og ret til netværk.
2. a) "Den 3. kanal" (Folkekanalen) overlades til de regionale TV-stationer og de lokale tv-stationer - såvel kommercielle som de idé-betonede.

Fordelingen af sendefloden for de lokale stationer fastsættes delvis politisk, og for de idé-betonede tv-stationer af folkelige tv-forbinder (folkeoplysningsforbund, fagbevægelsen, kirkelige foreninger og sammenhænge, idræts- og gymnastikforeninger m.v.).

- b) Såvel de regionale tv-stationer som de lokale har selvstændigt redaktionelt ansvar for tildelt sendeflade.
 - c) Den "3. kanal" inddrager medieinstitutionen "Statens Filmcentral" på sendefladen.
 - d) Økonomisk er det en "tredelede-model".
3. De regionale tv-stationer licensfinansieres selvstændigt.
 4. De kommercielle lokal-tv-stationer finansieres via reklameindtægter og er markedsreguleret.
 5. De lokale "idé-betonede tv-stationer" tildeles offentlig støtte efter "taxameterprincip" (højskolemodel). Den offentlige støtte suppleres med licensmidler fra de oprettede tv-foreninger.

Afsluttende note:

De idébetonede tv-stationers finansiering må ikke berøres af, at kommuner eller anden offentlig instans tager initiativ til oprettelse af "medieværksteder" med offentlig adgang.

Ole Prehn

Forbehold til Konkurrencemodellen:

Vedr. pkt. 9, Det kommercielle lag

Netværk mellem lokalradiostationer i det kommercielle lag begrænses til nyheds- og aktualitetsudsendelser samt en evt. fællesflade mellem kl. 23.00 og 07.00.

Lokale tv-stationer i det kommercielle lag pålægges pligt til at udsende lokale nyheds- og aktualitetsudsendelser samt lokalt producerede programmer i et nærmere angivet omfang.

Det indgår endvidere i sendetilladelseerne for disse stationer, at der i programfladen afsættes plads til udsendelse af programmer, som hidrører fra lokale ikke-kommercielle stationer, medieværksteder m.v.

I forbindelse med udstedelse af sendetilladelser til lokale radio- og tv-stationer i det kommercielle lag pålægges tilladelseshaverne en årlig afgift til dækning af de administrative omkostninger vedrørende det centrale udvalg og dets administrative bistand.

Sendetilladelser udstedes af det centrale udvalg alene med udgangspunkt i ansøgnernes påtænkte programvirksomhed samt det ansøgende selskabs økonomiske soliditet.

7.3 Den liberale model

Et mindretal på 1 af Medieudvalgets 28 voterende medlemmer, bestående af *Niels Thomsen* anbefaler, at den kommende politiske løsning på de elektroniske mediers forhold tager udgangspunkt i den efterfølgende helhedsmodel, kaldet "Den liberale model".

7.3.1 Mediepolitiske målsætninger

Ligesom i en konsekvent gennemført markedsregulering er udgangspunktet her, at et frit og velfungerende mediesystem først og fremmest må bygges på den enkelte borgers frie valg mellem de udbud af medier og informationer, der bliver givet, ændret og opretholdt på markedsøkonomiens vilkår.

Den obligatoriske licensbetaling til DR og TV 2s regionalstationer skal derfor bortfalde. Det samme gælder de restriktioner på etablering og drift af tv- og radiosendinger, der ikke er nødvendige for fordelingen af frekvenser og for at sikre identifikation og ansvar i udsendelserne.

Men de valgmuligheder, der fremkommer på rene markedsvilkår, skal suppleres med det nødvendige programudbud produceret på licitation og finansieret af offentlige midler. Staten skal herved opretholde én radiostation og én tv-station baseret på solide, alsidige og redaktionelt uafhængige nyheds-, orienterings-, kultur- og uddannelsesprogrammer. Disse programmer kan frit genudsendes af de koncessionerede lokale stationer. Endvidere skal kommunerne - med betryggende garanti for redaktionel uafhængighed - frit kunne yde støtte af egne midler til lokal radio- og tv-virksomhed.

Denne side af reformen vil medføre en markant forbedring af vilkårene for at sende og modtage radioudsendelser og især fjernsynsudsendinger på kvalitetsniveau. Ét udgangspunkt for at iværksætte den er netop, at indførelsen af konkurrence og reklameindtægter har svækket gennemslagskraften for de klassiske "public service idealer" - som udgjorde legitimeringen af den obligatoriske licensafgift i radiomonopolets dage.

Der vil - permanent eller i en overgangsperiode - kunne opkræves en afgift på salg af radio- og tv-udstyr til at dække de nævnte statsudgifter (og evt. bidrage til kommunernes).

7.3.2 Modellens enkelte elementer

1. De jordbaserede sendemuligheder skal udbydes i koncession for begrænsede åremål - efterhånden typisk 6-8 år. Frekvensfordelingen skal

foretages af et koncessionsråd bestående af uafhængige eksperter med kendskab til medieområdets teknik, økonomi og arbejdsmåde.

2. Koncessionen gives til de selskaber, der kan indbetale de krævede afgifter og deposita - med fortrin for selskaber, som kan fremlægge overbevisende budgetter og arbejdsplaner, og for dem, der skønnes at bidrage mest til diversiteten i programpolitik og ejerkontrol.
3. En forudsætning for koncessionen er fuldt oplyste ejer-regnskabs- og ansvarsforhold.
4. Staten skal opretholde en radiostation og en tv-station baseret på solide, alsidige og redaktionelt uafhængige nyheds-, orienterings-, kultur- og uddannelsesprogrammer. Disse programmer kan frit genudsendes af de koncessionerede lokale stationer. Endvidere skal kommunerne - med betryggende garanti for redaktionel uafhængighed - frit kunne yde støtte af egne midler til lokal radio- og tv-virksomhed.

7.3.3 Mediepolitiske vurderinger

Ad 1

De jordbaserede sendemuligheder skal udbydes i koncession for begrænsede åremål - efterhånden typisk 6-8 år. Frekvensfordelingen skal foretages af et koncessionsråd bestående af uafhængige eksperter med kendskab til medieområdets teknik, økonomi og arbejdsmåde.

Ad 2

Koncessionen gives til de selskaber, der kan indbetale de krævede afgifter og deposita - med fortrin for selskaber, som kan fremlægge overbevisende budgetter og arbejdsplaner, og for dem, der skønnes at bidrage mest til diversiteten i programpolitik og ejerkontrol.

Ad 3

En forudsætning for koncessionen er fuldt oplyste ejerregnskabs- og ansvarsforhold.

Ad 4

Staten skal opretholde én radiostation og én tv-station baseret på solide, alsidige og redaktionelt uafhængige nyheds-, orienterings-, kultur- og uddannelsesprogrammer. Disse programmer kan frit genudsendes af de koncessionerede lokale stationer. Endvidere skal kommunerne - med betryggende garanti for redaktionel uafhængighed - frit kunne yde støtte af egne midler til lokal radio- og tv-virksomhed.

En gennemgribende liberalisering af radio- og tv-området vil i første række betyde, at markedskræfterne og dermed det frie forbrugsvalg samt langt friere etableringsvilkår vil kunne slå igennem og præge medieudviklingen. På denne måde vil vilkårene for de elektroniske medier blive tilnærmet de regler, der gælder på de trykte mediers område som en essentiel del af pressefriheden.

En anden styrke er den klare målsætning og ressourcetildeling med henblik på udvikling og fastholdelse af danske radio- og tv-udsendelser på kvalitetsniveau inden for centrale afgrænsede emneområder: samfundsorientering, uddannelse og kultur. Dette stof vil være frit tilgængeligt for lokale radio- og tv-stationer.

Alligevel kan det anføres, at de foreslåede udliciterede "kvalitetskanalers" udsendelser muligvis kun vil kunne nå et ret begrænset publikum, og at de øvrige, kommercielt drevne stationer og netværk måske vil koncentrere sig endnu mere om stærkt populariseret og underholdningspræget stof.

Den foreslåede produktion og udsendelse af programmer af seriøst indhold vil sandsynligvis kun direkte nå frem til en meget begrænset del af publikum - en kulturelite, der i forvejen holdes rimeligt velforsynet med orientering og kulturstof ad anden vej.

Ændringen vil i sin helhed måske snarere føre til en rendyrkelse af populariserings- og underholdningstendenserne i de to nuværende landsdækkende tv-kanalers programmer, så det helt brede publikum vil have ringere muligheder for en kvalitativ udvikling af medieforbruget.

Som helhed vil de elektroniske medier blive stærkere præget af reklamer og deres implicite krav til programudbudet, idet andre indtægtskilder i længden vil få ringe betydning. Konsekvensen kan bl.a. ved ekstrem brug af friheden til netværk - måske blive ringere end variation i udbudet og mindre dansk stof (især på tv) samt ringere ytringsmuligheder for manden fra gaden (især i radioen).

Herudover kan de forskelligartede målsætninger ved licenstildelingen - kapitalgrundlag og anden materiel økonomisk basis versus alsidighed i programmerne og spredning i ejerforholdene - medføre en uønskelig vilkårlighed og partipolitisering af tildelingsnævnets arbejde, medmindre der kan nås enighed om en fastere prioritering af målsætningerne.

Noget lignende kan anføres for udliciteringen af de to landsdækkende statsfinansierede kanaler (for hhv. radio og tv). Forudsætningen for at opretholde uafhængighed og kraftig kompetence i programproduktionen vil være et ret stabilt indtægtsgrundlag, fordi en løbende politisk kamp om bevillinger ret automatisk vil medføre en vis partipolitisk pression mod redaktionen - eller byde denne så ringe arbejdsvilkår og bevægelsesfrihed, at talent og energi søger andetsteds hen.

Ordliste

Abonnements-tv (pay tv)

En form for tv, der udsendes i krypteret form. Abonnements-tv finansieres ved hjælp af abonnementsafgifter fra de forbrugere, som ønsker at se programmerne.

Adgangsstyringssystem (*Conditional Access System*)

Det system en operatør af betalings-tv anvender til at åbne og lukke for den enkelte seers dekoder - afhængigt af om der er betalt for tjenesten eller ej.

Analogt signal

Signalets størrelse (*amplitude*) kan antage enhver værdi mellem nul og den maksimale værdi i modsætning til et digitalt signal, hvor *amplituden* enten er nul eller maksimal.

Astra

Navnet på de satellitter, der opsendes og drives af det privatejede konsortium, SES (*Société Européenne des Satellites*). Satellitternes benyttes til rundspreddning af tv og radio til europæiske seere og lyttere.

BBC (*British Broadcasting Corporation*)

Britisk licensfinansieret public service institution som råder over to landsdækkende, jordbaserede tv-kanaler og fire landsdækkende radiokanaler. 25 % af programproduktionen fraregnet nyheder og aktualitetsprogrammer skal være produceret i entreprise.

Bredbåndsnet

Betegnelse for et transmissionsnet med stor båndbredde, normalt over 2 MBit/s. Et bredbåndsnet har stor transmissionskapacitet, hvilket er en forudsætning for overføring af tv-programmer.

Bit/s

Transmissionshastigheden for digitale signaler angives i bit pr. sekund. Enheden kan skales i kbit/s, Mbit/s osv.

Båndbredde

Båndbredden af et radiosignal er den del af frekvensspektret, radiosignalet optager. Et tv-signal i VHF-båndet optager f.eks. 7 MHz. Udtrykket anvendes også om kapaciteten i telekabler.

CEPT

De europæiske post- og teleforvaltningers sammenslutning (*Conférence Européenne des Administrations des Postes et des Télécommunications*). På telekommunikationsområdet foregår samarbejdet i ECTRA (*European Committee for Telecommunications Regulatory Affairs*) og ERC (*European Radiocommunications Committee*). Danmark repræsenteres i disse to organer af Telestyrelsen.

Channel Four

Britisk reklamefinansieret tv-kanal som råder over en landsdækkende, jordbaseret kanal. Channel Four har public service forpligtelser og er tilknyttet ITV. Det meste af programproduktionen bortset fra nyheder foregår hos entrepriseproducenter.

DAB (*Digital Audio Broadcast*)

Nyt digitalt, radiosystem, som bl.a. indføres i Danmark.

Danmarks Radio (DR)

En selvstændig offentlig institution, som er finansieret af licensafgifter. DR er underlagt public service forpligtelser. DR sender en tv-kanal og tre radiokanaler.

Dekoder (*Set-top box*)

Det apparat, der omsætter et krypteret tv-signal til et tv-signal, der kan gengives af et almindeligt tv-apparat.

Digitalisering

Omsætning af et analogt signal til et digitalt signal. Anvendes også om den tekniske udvikling, der medfører stigende anvendelse af digitalt frem for analogt udstyr.

Digital kompression

Omkodning af et digitalt signal med henblik på at reducere informationsmængden og dermed muliggøre en reduktion af transmissionshastigheden/den nødvendige båndbredde.

Digitalt signal

Signalets størrelse (*amplitude*) er omsat til en binær talværdi.

DVB (*Digital Video Broadcasting*)

Familie af digitale tv-sendestandarder beregnet for satellit, kabel og jordbaseret udsendelse.

EBU (*European Broadcasting Union*)

Den europæiske sammenslutning af nationale radio- og tv-stationer.

ENG (*Electronic News Gathering*)

Indsamling af programstof ved hjælp af kameraer, der sender til en OB-vogn eller en anden modtager, via små, mobile radio- eller tv-sendere. Senderen kan f.eks. være monteret på en motorcykel.

Entreprise-produktion

Produktion af tv-programmer som tv-stationerne bestiller hos private, uafhængige tv- eller filmproducenter.

ETSI (*European Telecommunication Standards Institute*)

Det europæiske standardiseringsorgan på telekommunikationsområdet.

Eutelsat (*European Telecommunications Satellite Organisation*)

International organisation, hvori Danmark er medlem. Eutelsat har over 40 medlemmer og er oprettet for at tilgodese europæiske behov for telekommunikation via satellit.

Fast kredsløb

En fast opkoblet forbindelse i telenettet.

Femman

Svensk reklamefinansieret tv-kanal som sender via satellit. Ejers af bl.a. SBS.

Foot-print

Den del af Jorden, som dækkes af en satellits udsendelser.

Frekvensspektrum

Langbølge (LB)	30-300 kHz (kilohertz)
Mellembølge (MB)	300-3000 kHz
Kortbølge (KB)	3-30 MHz (Megahertz)
Meget høje frekvenser (VHF)	30-300 MHz
Ultrahøje frekvenser (UHF)	300-3000 MHz

FM-radiofoni er placeret i VHF-båndet (87,5-108 MHz).

Fællesantenneanlæg (kabel-tv-anlæg)

Anlæg, der forsyner mere end én husstand med radio- og tv-programmer. Programmerne kan modtages med egne antenner eller tilføres anlægget fra et overordnet kabelnet eller evt. indføres direkte i anlægget fra et lokalt studie. Under indflydelse fra engelsk benyttes ordet kabel-tv-anlæg ofte som synonym for et større fællesantenneanlæg.

HDTV (*High Definition Television*)

TV med høj billedopløsning og 16:9 skærmformat. Opløsningen er ca. 4 gange større end på almindeligt tv.

Hovedstation (Headend)

Hovedstationen (engelsk: headend) er fællesantenneanlæggets centrale enhed, der modtager, forstærker og evt. kanalsætter radio- og tv-udsendelserne, inden de fordeles i fællesantenneanlægget.

ISDN (*Integrated Services Digital Network*)

Et koblet, digitalt netværk med mulighed for tekst-, tale- og datatjenester.

ITV

Britisk reklamefinansieret tv bestående af en række regionale selskaber, som tilsammen råder over en landsdækkende, jordbaseret tv-kanal. Koncessionsbetingelserne indeholder public service forpligtelser. Desuden skal mindst 25 % af programproduktionen fraregnet nyheds- og aktualitetsprogrammer foregå hos entrepriseproducenter.

Jordbaseret (terrestrisk) sendernet

Betegnelsen for et sendernet bestående af radio/tv-sendere, hvis antenner er placeret i master, der står på jorden.

Kabelfødt tv og radio

Betegnelsen for programmer, der fordeles ved hjælp af kabelnet, der er direkte tilsluttet et studie.

Kontribution

Radio- eller tv-virksomhedens hjemtagelse af programstof til udsendelse.

Kryptering

Den proces, en operatør af betalings-tv lader tv-signalet gennemgå, inden det udsendes, og som bevirker, at signalet ikke uden videre kan gengives af et almindeligt tv-apparat.

Licens

En afgift, som påhviler alle, der har et radio- eller tv-apparat. Kulturministeren fastsætter licensen med tilslutning fra Folketingets finansudvalg. Licensen anvendes til finansiering af DR og til dels TV 2.

Lokalradio

Radiostationer, hvis sendetilladelser udstedes af lokale nævn (eller fælles nævn). Sendeområdet for en lokalradio er typisk en kommune. Hvis flere kommuner er gået sammen om fælles nævn, udvides radioens sendeområde tilsvarende.

Lokal-tv

TV-stationer, hvis sendetilladelser udstedes af lokale nævn (eller fælles nævn). Sendeområdet svarer til det område, nævnet dækker (en eller flere kommuner).

MTV

Mainos TV. Finsk reklamefinansieret tv-station, som sender på en jordbaseret tv-kanal.

Netværk (*networking*)

Fast samarbejde mellem lokale radio- eller tv-stationer (eller mellem stationerne og udenforstående foretagender) om programvirksomheden. Netværk kan f.eks. have form af samsending af programmer. Loven om radio- og fjernsynsvirksomhed indeholder et forbud mod netværk, for så vidt angår lokale radio- og tv-virksomheder.

NRK

Norsk Riksringkasting. Norsk offentlig public service radio- og tv-institution, som er finansieret af licens og offentligt tilskud. NRK har tre landsdækkende radiokanaler og en landsdækkende tv-kanal.

NSD (*Nordic Satellite Distribution*)

Et selskab ejet af Tele Danmark, Telenor og Kinnevik. Selskabet fungerer som satellitoperatør.

NVOD (*Near video on demand*)

En variant af VOD, hvor et givet udbud af programmer genstartes med jævne mellemrum, f.eks. hvert kvarter.

OB (*Outside Broadcasting*)

Midlertidige radioforbindelser, der etableres f.eks. i forbindelse med transmission fra sportsbegivenheder.

PAL (*Phase Alternate Line*)

Den "familie" af tv-standarder som anvendes i Danmark og de fleste andre europæiske lande. I Tyskland er der udviklet en variant af PAL, benævnt PAL-plus.

Parabol-antenne (DTH)

Daglig benævnelse for en antenne til modtagning af satellit-tv eller satellit-radio. Sådanne antenner er ofte formet som paraboler, men kan også have andre former. DTH står for "Direct to home", dvs. modtagning hos den enkelte husstand med egne antenner.

PPV (*Pay per view*)

En form for betalings-tv, hvor abonnenten kun betaler for det faktiske programforbrug.

Programme Delivery Control (PDC)

Et system til styring af videooptagelser.

Public access

Mulighed for befolkningen for at komme til orde i medierne. Begrebet anvendes ofte i forbindelse med de lokale elektroniske medier, som bl.a. opstod i kølvandet på et krav om større adgang til medierne for almindelige mennesker uden mediemæssige forudsætninger.

Public service

betyder oprindeligt "offentlige medier" eller "radio og tv i almenhedens tjeneste". Begrebet anvendes om medier, som i forhold til statsmagten er forpligtet til at udsende et programudbud præget af uafhængighed af økonomiske og politiske interesser, alsidighed, kvalitet og mangfoldighed. Udbudet skal indeholde et væsentligt element af nationalt produceret programstof.

Radiokæde

Overføring af signaler (telefoni, tv eller data) mellem to eller flere positioner ved hjælp af radioforbindelser som alternativ til kabler.

RDS (*Radio Data System*)

Digital information som sendes sammen med FM-signaler, og som bl.a. medfører, at radiomodtageren automatisk stiller sig ind på den sender, der giver den bedste modtagelse af det pågældende program. Det kræver, at radiomodtageren er indrettet til RDS.

Samsending

Samtidig udsendelse af programmer fra flere lokale radioer eller lokale tv-stationer. Loven om radio- og fjernsynsvirksomhed indeholder bl.a. et forbud mod samsending, jf. forklaringen til "netværk".

Satellit-transponder

Den enhed i satellitten, der modtager signalet fra jordstationen og sender det retur efter forstærkning og frekvensændring.

Satellit-tv og -radio

Betegnelse for programstof, der rundspredes ved hjælp af satellit. Fra studiet overføres programmet til en jordstation, hvorfra det sendes videre til satellitten. I satellitten for-

stærkes og frekvensændres signalet, inden det sendes tilbage mod Jorden, hvor det kan modtages af fællesantenneanlæg eller af enkelthusstande.

Scandinavian Broadcasting System (SBS)

Internationalt medieforetagende med aktiviteter i de skandinaviske lande. Hovedaktionær er Capital Cities. SBS er hovedaktionær i bl.a. Femman i Sverige, TV Norge og Kanal 2 i Danmark samt aktionær i en række lokale tv-produktionsselskaber i Danmark.

S-DAB (*Satellite-Digital Audio Broadcasting*)

Digitalt, satellitbaseret radiosystem, der forventes introduceret efter år 2000.

Single frequency-network (SFN)

Sendernet hvor alle sendere i et givet område sender det samme program på den samme frekvens. Teknikken kan benyttes i forbindelse med digital radio og tv. Der opnås en frekvensbesparelse og en bedre dækning sammenlignet med et konventionelt sendernet, hvor hver sender i et givet område sender på sin egen frekvens.

Smart-card

Betalingskort, der indsættes i dekoderen med henblik på dekodning af et nærmere angivet program eller programpakke.

SNG (*Satellite News Gathering*)

Indsamling af programstof ved hjælp af mobile satellitterminaler.

Sponsorering

Tilskud til udsendelse af radio- eller tv-programmer fra et foretagende, som ikke selv udøver radio- eller tv-virksomhed, med henblik på at fremme det pågældende foretagendes navn, logo m.v. Sponsorens navn eller logo skal angives ved programmets begyndelse eller slutning.

SVT

Sveriges Television AB. Svensk public service institution med rådighed over to tv-kanaler, Kanal 1 og TV2. SVT er licensfinansieret og organiseret som et statsligt aktieselskab.

Terrestrisk udsendelse

Radio- eller tv-udsendelse via jordbaserede sendere.

TV Norge

Norsk reklamefinansieret satellit-tv-kanal. Hovedaktionæren er SBS.

TV 2

En selvejende institution, der sender landsdækkende og regionalt public service tv. TV 2 er finansieret ved hjælp af licens og reklameindtægter. TV 2 består af TV 2/Danmark, som står for den landsdækkende programvirksomhed, samt otte regionale TV 2-virksomheder, som står for den regionale programvirksomhed. TV 2 har rådighed over én tv-kanal.

TV2 Reklame A/S (TVR)

Statsligt aktieselskab, som formidler reklameindslag i TV 2.

TV 2-Norge

Norsk reklamefinansieret tv-kanal. TV 2-Norge har koncession til at drive en norsk - landsdækkende, jordbaseret tv-kanal. Koncessionsvilkårene har public service karakter. Hovedaktionærer er Schibstedt og Egmont.

TV3

Reklamefinansieret satellit-tv-kanal med hjemsted i Storbritannien. TV3 sender til Danmark, Norge og Sverige på de respektive landes sprog. TV3 ejes af Industriförvaltnings AB Kinnevik.

TV 4

Svensk reklamefinansieret tv-kanal. TV-4 har koncession til en svensk, landsdækkende, jordbaseret tv-kanal. Koncessionsvilkårene har public service karakter. Hovedaktionærer er Investor AB, Forsikringsselskabet SPP og Industriförvaltnings AB Kinnevik.

TV 6

Satellit-tv-kanal, som sender til Danmark, Norge og Sverige. TV 6 er reklamefinansieret og specielt rettet til et kvindeligt publikum. TV 6 ejes af Industriförvaltnings AB Kinnevik.

VOD (*Video on demand*)

En tv-tjeneste som indebærer, at man kan vælge sit eget repertoire og når som helst se det program, man ønsker.

YLE

Yleisradio. Finsk public service institution, som råder over fire landsdækkende radiokanaler og to landsdækkende tv-kanaler. Finansieres af licens samt indtægt fra udlejning af tv-sendernet til MTV.

ZTV

Satellit-tv-kanal som sender til Danmark, Norge og Sverige på landenes respektive sprog. ZTV er reklamefinansieret og ejes af Industriförvaltning AB Kinnevik.

Medieudvalget

Lektor Gunhild Agger, Sammenslutningen af Medieforskere i Danmark
 Journalist Kate Bluhme, Den Journalistiske Efteruddannelse - arbejdstagersiden
 Journalist Susanne Christiansen, Sammenslutn. af Lokale Radio og TV-stationer i Danmark
 Adm. direktør Ebbe Dal, Den Journalistiske Efteruddannelse - arbejdsgiversiden
 Forfatter Maria Helleberg, Personligt udpeget
 Redaktør Bettina Heltberg, Personligt udpeget
 Direktør Bent Helvang, Fællesrådet for elektroniske medier
 Direktør Torben Holmbäck, Dansk Magasinpresses Udgifereforening
 Kartelformand Ole Kidmose, Grafisk Industri og Medie Kartel
 Chefredaktør Lisbeth Knudsen, Personligt udpeget
 Informationschef Anders Krarup, TV 2
 Redaktør Torben Krogh, Formand
 Direktør Peter Harms Larsen, Personligt udpeget
 Formand Torben Dalby Larsen, Danske Dagblades Forening
 Kommitteret Henning Lund-Sørensen, Statsministeriet
 Programmedarbejder Poul Erik Magnussen, Danmarks Radio
 Chefredaktør Tove Malzer, Dansk Fagpresse
 Rektor Kim Minke, Danmarks Journalisthøjskole
 Docent Frands Mortensen, Personligt udpeget
 Afdelingschef Hans Carl Nielsen, Forbrugerrådet
 Formand Ole Steen Nielsen, Landsrepræsentationen for Danske Distriktsblade og Lokalaviser
 Direktør Peter Lorentz Nielsen, Forskningsministeriet
 Sognepræst Raymond Olsen, Personligt udpeget
 Specialkonsulent Vibeke G. Petersen, Kulturministeriet
 Forbundsformand Lars Poulsen, Dansk Journalistforbund
 Docent Ole Prehn, Personligt udpeget
 Direktør Chresten W. Reves, Personligt udpeget
 Redaktionschef Elisabeth Rühne, Personligt udpeget
 Journalist Trine Sick, Personligt udpeget
 Professor Niels Thomsen, Personligt udpeget

Medieudvalgets sekretariat

Kommitteret Henning Lund-Sørensen (sekretariatschef)
 Specialkonsulent Peter Madsen
 Fuldmægtig Else Fabricius
 Fuldmægtig Henrik Andersen
 Fuldmægtig Boris Andersen
 Kontorfuldmægtig Hanne Westergaard
 Sekretær Sanne Garavano

ARBEJDSGRUPPERNE OM DE ELEKTRONISKE MEDIERS VILKÅR OG UDBUD

Formand, docent Frands Mortensen (-vilkår)

Formand, informationschef Anders Krarup, TV 2 (-udbud)

Lektor Gunhild Agger, SMID

Journalist Kate Bluhme, Den Journalistiske Efteruddannelse

Susanne Christiansen, Sammenslutningen af Lokale Radio- og TV- stationer i Danmark

Journalist Bettina Heltberg, Politiken

Direktør Bent Helvang, Fællesrådet for Elektroniske Medier

Redaktør Torben Krogh, Formand for Medieudvalget

Direktør Peter Harms Larsen, TV 2 Øst

Kommitteret Henning Lund-Sørensen, Statsministeriet

Journalist Poul Erik Magnussen, Danmarks Radio

Direktør Peter Lorentz Nielsen, Forskningsministeriet

Sognepræst, cand.pæd. Raymond Olsen

Specialkonsulent Vibeke G. Petersen, Kulturministeriet

Forbundsformand Lars Poulsen, Dansk Journalistforbund

Docent Ole Prehn, Aalborg Universitet

Journalist Trine Sick, Danmarks Radio

Professor, dr.phil. Niels Thomsen

Eksterne medlemmer af arbejdsgrupperne:

Producent Flemming Arentoft, Producenterne

Civilingeniør Jesper Holm Hansen, KPMG C. Jespersen Management A/S

Konsulent Michael Christensen, KPMG C. Jespersen Management A/S

Sognepræst Frede Jørgensen, Kristelig Lytter- og Fjernseerforening

Udviklingschef Leif Lønsmann, Danmarks Radio

Civilingeniør Knud Nielsen, KPMG C. Jespersen Management A/S

Afdelingsingeniør Jarl Risum, Telestyrelsen

Direktør Jens Torpe, TV3

Arbejdsgruppernes sekretærer:

Specialkonsulent Peter Madsen

Fuldmægtig Else Fabricius

Fuldmægtig Boris Andersen

Sekretær Sanne Garavano

ARBEJDSGRUPPERNE OM DE TRYKTE MEDIERS VILKÅR OG UDBUD

Formand, redaktør Torben Krogh, Formand for Medieudvalget (-vilkår)

Formand, chefredaktør, adm.direktør Torben Dalby Larsen,
Danske Dagblades Forening (-udbud)

Journalist Kate Bluhme, Den Journalistiske Efteruddannelse

Adm. direktør Ebbe Dal, Danske Dagblades Forening

Forfatter Maria Helleberg

Journalist Bettina Heltberg, Politiken

Direktør Torben Holmbäck, Dansk Magasinpresses Udgiverforening

Kartelformand Ole Kidmose, Grafisk Industri og Medie Kartel

Chefredaktør, adm.direktør Lisbeth Knudsen, Det Fri Aktuelt

Chefredaktør, adm.direktør Torben Dalby Larsen, Danske Dagblades Forening

Kommitteret Henning Lund-Sørensen, Statsministeriet

Chefredaktør Tove Malzer, Dansk Fagpresse

Adm. direktør Ole Steen Nielsen, Landsrepræsentationen for Danske Distriktsblade og Lokalaviser

Forbundsformand Lars Poulsen, Dansk Journalistforbund

Adm. direktør Chresten W. Reves, Det Berlingske Officin

Redaktionschef Elisabeth Rühne, Jyllands-Posten

Professor, dr.phil. Niels Thomsen

Eksterne medlemmer af arbejdsgrupperne:

Chefredaktør Ole Dall, Skive Folkeblad

Arbejdsgruppernes sekretærer:

Fuldmægtig Else Fabricius

Fuldmægtig Boris Andersen

Kontorfuldmægtig Hanne Westergaard

STYREGRUPPEN

Civilingeniør Jesper Holm Hansen, KPMG C. Jespersen Management A/S

Kommitteret Hening Lund-Sørensen, Statsministeriet

Programmedarbejder Poul Erik Magnussen, Danmarks Radio

Docent Frands Mortensen, Institut for Medievidenskab, Århus Universitet

Civilingeniør Knud Nielsen, Danmarks Radio

Økonomidirektør Peter Parbo, TV 2

Direktør Jens Torpe, TV 3

Arbejdsgruppens sekretærer:

Specialkonsulent Peter Madsen

Fuldmægtig Boris Andersen

REGNEGRUPPEN

Konsulent Michael Christensen, KPMG C. Jespersen Management a/s

Adm. direktør Henrik Dyring, TV 2 Reklame A/S

Lektor Lars Grønholdt, Handelshøjskolen i København

Professor Flemming Hansen, Handelshøjskolen i København

Civilingeniør Jesper Holm Hansen

Direktør Bent Helvang, Kanal Danmark

Afdelingschef Svend Åge Linde, Danske Dagblades Forening

Direktør Jesper Sehested Lund, Broadcast DK A/S

Kommitteret Henning Lund-Sørensen, Statsministeriet

Programmedarbejder Poul Erik Magnussen, Danmarks Radio

Docent Frands Mortensen, Institut for Medievidenskab, Århus Universitet

Økonomidirektør Peter Parbo, TV 2

Direktør Peter A. Petersen, Ålborg TVR

Direktør Otto Reedtz-Thott, Nordisk Radioreklame A/S

Adm. direktør Glenn Lau Rentius, Nordisk Radio A/S

Adm.direktør Kim Sonne, Multichoice

Direktør Jens Torpe, TV 3

Arbejdsgruppens sekretærer:

Specialkonsulent Peter Madsen

Fuldmægtig Boris Andersen

ARBEJDSGRUPPEN OM PROGRAMUDGIFTER

Formand, informationschef Anders Krarup, TV 2

Sagsbehandler Vibeke Dahl, Producenterne

Direktør Jesper Sehested Lund, Broadcast DK A/S

Kommitteret Henning Lund-Sørensen, Statsministeriet

Senior vice president Bo Lynnerup, Broadcast DK A/S

Økonomikonsulent Kjeld Spanggaard, Danmarks Radio

Forskningsleder Erik Nordahl Svendsen, Danmarks Radio

Direktør Jens Torpe, TV 3

Arbejdsgruppens sekretærer:

Specialkonsulent Peter Madsen

Fuldmægtig Boris Andersen

