

Fremtidssikrede public service- medier i Danmark?

Erfaringer fra en sammenlignende analyse af syv mediemarkeder

Hanne Bruun, professor
Medievidenskab og Journalistik, Aarhus Universitet
<https://doi.org/10.48785/100/255>

Public service-medier over hele verden skal navigere i forskellige former for samfundsmæssig og teknologisk forandring. De seneste år har dog givet en række nye udfordringer. De omfatter radikale ændringer i mediebrug, fremkomsten af streamingtjenester og dominansen af big tech. I mange lande har det stigende medieudbud og tilmed polarisering i samfundet desuden ført til en udhuling af tilliden til traditionelle medier. Tilsammen er det forandringer, som udfordrer legitimiteten af public service-medier som en samfundsmæssig institution og som har påvirket tv-selskaberne selv og krævet, at de transformerer sig til fuldt digitale organisationer.

På baggrund af den kontekst præsenterer vi resultater fra vores forskning, der er udført i løbet af det første år af projektet Public Service Media in the Age of Platforms. I projektet sammenligner vi blandt andet mediereguleringen af public service samt public service-mediernes strategiske udspil i: Belgien, Canada, Danmark, Italien, Polen og Storbritannien. I denne korte orientering præsenterer vi hovedresultaterne fra analysen af mediereguleringen i Danmark og public service-medierne DR og TV 2's strategiske udspil. På den baggrund foreslår vi en række ændringer, som, vi vurderer, vil kunne styrke dansk public service i platformiseringens tidsalder.

Platformisering af public service-medierne?

En af kerneværdierne forbundet med public service-mediernes opgaver er "universalitet": at nå alle borgere og særlige målgrupper med en mangfoldighed af genrer, ideer og synspunkter ved at bruge en vifte af kanaler, fra tv og radio til online og mobil-telefoner.

Globale platforme såsom Google og Meta og de internationale streaming-tjenester såsom Netflix og Disney+ har skabt nye udfordringer i forhold til at lykkes med den opgave. Platformene og streaming-tjenesterne konkurrerer direkte om seernes opmærksomhed, lægger pres på eksisterende seervaner og gør det dermed sværere for public service-medierne at nå ud til alle målgrupper, specielt unge og unge voksne. Derfor er der et stigende pres på de nuværende måder, public service-medierne leverer deres indhold på.

Public service-medierne er tvunget til at forandre de traditionelle broadcast-orienterede publicerings- og planlægningsstrategier i takt med at brugerne anvender indholdet online og on-demand. I den forandringsproces bliver det mere udfordrende for public service-medierne at 'guide' brugerne i retning af relevant indhold af offentlig interesse.

For at løse deres opgave har public service-medierne derfor brugt mange af de samme redskaber, som de store platforme og streaming-tjenester benytter sig af, såsom at bruge AI-drevne anbefalingssystemer og personalisering. Desuden er public service-medierne blevet meget afhængige af både samarbejder med internationale streaming-tjenester og af de store platforme, når nyheder f.eks. deles på

sociala medier eller når de unge målgrupper skal nås på Youtube, TikTok og Instagram. Men det giver samtidig public service-medierne ringe kontrol med, hvordan indholdet ses, hvem der egentlig nås, hvordan brugerne interagerer med indholdet, og om brugerne kan skelne indholdet fra public service-medierne fra andre typer indhold. Derudover kæmper public service-medierne for at gøre deres indhold synligt på f.eks. smart-tv og fjernbetjening.

Alle de nye udfordringer for public service-medierne kaldes med et begreb for “platformisering”. Samtidig oplever mange public service-medier økonomiske nedskæringer og i nogle lande tilmed en udhuling af uafhængigheden fra både politisk kontrol og kommercielle påvirkninger. Spørgsmålet er derfor, hvordan public service-medierne kan opfylde centrale kulturpolitiske og demokratiske funktioner i platformiseringens tidsalder og samtidig klare sig i konkurrence om brugerne med internationale streaming-tjenester og sociale medier? I Danmark spiller DR og TV 2 fortsat en stor rolle i danskernes samlede forbrug af audiovisuelle medier online. De er samtidig helt centrale aktører, når det gælder produktion af indhold på dansk i mange forskellige genrer både rettet mod den brede befolkning og mod forskellige målgrupper, f.eks. børn og unge. De danske public service-mediers fremtid og udvikling er derfor væsentlig for en demokratisk samfundsudvikling.

Hovedresultater

Resultaterne af vores forskning peger på, at den danske medieregulering af public service-tv har nogle særlige kendetegn. Det drejer sig overordnet om, at den danske regulering dominerer af traditionel broadcast-tankegang. Det betyder, at forbindelsen mellem reguleringen og public service-mediernes egne online-strategier og handlinger i stigende grad er udfordret. Broadcast-tankegangen indebærer, at kontrollen med public service-mediernes udvikling og muligheder i tiltagende grad er utilstrækkelige. Samtidig er sikringen af public service-mediernes synlighed og forpligtelser online, som er væsentlige problemstillinger internationalt, fraværende i den danske medieregulering.

1: Mediereguleringen er domineret af en broadcast-tv-tankegang og forbindelsen til de digitale strategier og praksisser, der bliver offentliggjort af DR og TV 2, er svag. Den platformsneutrale forståelse af, hvordan universalitetsforpligtelsen skal opfyldes (§ 10 i Lov om Radio og Fjernsyn) overlader initiativet til DR og TV 2. Begge virksomheder er ivrige efter at bruge dette mandat til at udvikle sig til online public service-medier.

2: Armslængde-principper og sikring af redaktionel frihed fra broadcast-tv-æraen dominerer medielovgivningen og -reguleringen af DR og TV 2. Kravene er derfor abstrakte og med meget få konkrete mål, når det kommer til at sikre public service-mediernes virke online. Der er tilsyneladende en tillid til, at begge virksomheder tilpasser deres virksomhed til det nye medielandskab inden for rammerne af medieaftaler, kontrakter og sendetilladelser.

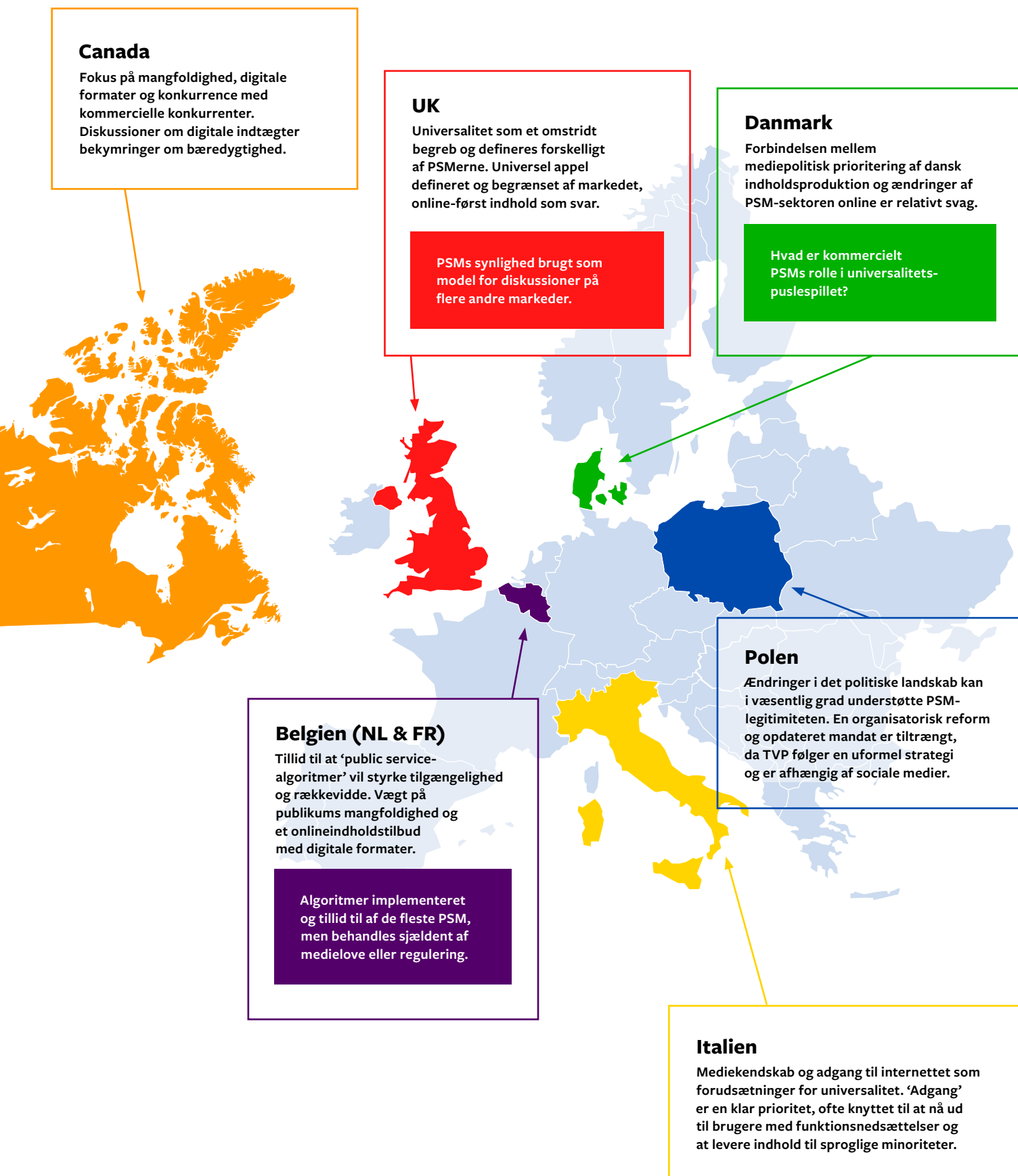
3: Der er en rudimentær revision af DR's og TV 2's praksis online sammenlignet med de andre lande i vores undersøgelse. I forbindelse med den meget vigtige universalitets-forpligtelse er der ingen specifikke krav, der kan dokumentere DR's og TV 2's præstationer og deres appel til befolkningen. Samtidig fremstilles udviklingen i det globale medielandskab som en trussel, hvor universel adgang til dansk indhold skal beskyttes og understøttes for at overleve og nå ud til danskerne.

4: Spørgsmålet om brugen af 'personalisering' beskrives med abstrakte hensigtserklæringer om gennemsigtighed i forhold til de algoritmer, der anvendes. Spørgsmål om at sikre synlighed af online public service-medierne på brugernes platforme og identificerbarhed af udbuddet er fraværende. Det der på engelsk kaldes 'prominence', som præger international medieregulering i disse år, er fraværende.

5: Transformationen af public service-sektoren i Danmark og herunder TV 2's public service-forpligtelse online får meget begrænset opmærksomhed i mediereguleringen og den mediepolitiske aftale. Det er paradoksalt set i lyset af det erklærede politiske mål om at beskytte og fremtidssikre dansk medieindholdsproduktion og beskyttelse af dansk sprog og kultur.

Centrale diskussioner om public service-mediernes på syv mediemarkeder

I figuren præsenterer vi i stikord et udvalg af centrale kendetegn for public service-mediernes udviklingsproces på de syv markeder. Kerneværdien universalitet, public service-mediernes grad af kontakt med befolkningen samt brugen af algoritmer og kuratering af indholdet er de centrale temaer. De præger både mediereguleringen og public service-mediernes strategiske udspil på trods af de politiske og kulturelle forskelle mellem landene.



Forståelsen af public service i platformiseringens tidsalder

- Den danske medielovgivning og regulering af public service-medierne bør gentænkes, da den er domineret af en traditionel broadcast tv-tankegang.
- Perspektivet i mediereguleringen bør vendes mod internettet som den dominerende infrastruktur for, hvordan public service-medierne publicerer deres indhold og hvordan indholdet anvendes af borgerne.
- Reguleringen bør tage afsæt i at public service-medierne er online portaler, hvis målet er relevant styring og støtte til public service-mediernes funktioner.

Kontrollen med public service-medierne

- Den danske medielovgivning er præget af armslængde-principper fra broadcast-tv-tankegangen ud fra ønsket om at sikre mediernes redaktionelle frihed hos statsejede medievirksomheder.
- Måden, som public service-medierne kontrolleres på, bør gentænkes.
- DR's og TV 2's forpligtelser bør formuleres, så de i højere grad adresserer distribution via video-on-demand-tjenester og således, at armslængde-principper fortsat kan sikres.

Online public service

- Transformationen fra public service-broadcasting til online public service er ikke adresseret i den danske medielovgivning
- Den danske medielovgivning bør i højere grad omfatte TV 2, hvis sikring af online public service-medier er målet

Nye problemstillinger

- Mediereguleringen bør i højere grad rettes mod beskyttelse af online public service-medierne i platformiseringens tidsalder.
- Fokus bør være på, hvordan universalitets-forpligtelsen sikres ved hjælp af AI-drevet personalisering og hvordan public service-mediernes redaktionelle tilbud gøres tilgængelige, synlige og letanvendelige for hele befolkningen såvel som særlige målgrupper.

Om forskningsprojektet

Resultaterne og anbefalingerne er baseret på en komparativ policy-analyse af ti public service-tv-selskaber, både offentligt og kommercielt finansierede i seks lande med syv mediemarkeder: Belgien (RTBF, VRT), Canada (CBC), Danmark (DR, TV 2), Italien (RAI), Polen (TVP) og Storbritannien (BBC, Channel 4, ITV). Analysen bygger på 61 dokumenter, herunder medielovgivning, public service-kontrakter og sendetilladelser, licenser, årsrapporter samt dokumenter, der beskriver aktuelle politiske debatter. Målet var at identificere, hvordan public service-medier og lovgivere møder udfordringer, prioriteter og politiske behov i processen mod at etablere digital-first public service-medieinstitutioner i de forskellige lande. Størstedelen af de anvendte politik- og strategidokumenter vedrører perioden 2021-2022.

Policy-analysen er den første milepæl i PSM-AP, et treårigt forskningsprojekt, der undersøger, hvordan public service-medierne, tilpasser sig den nye tidsalder. Projektet er støttet af CHANSE ERA-NET co-fund-programme, som har modtaget midler fra EU's Horizon 2020 Research and Innovation Programme, under Grant Agreement nr. 101004509. PSM-AP ledes af Catherine Johnson (University of Leeds, UK), sammen med hovedforskerne Tim Raats (Vrije Universiteit Brussel, BE), Michał Głowacki (Universitetet i Warszawa, PL), Hanne Bruun (Aarhus Universitet, DK), medforskerne Massimo Scaglioni (Università Cattolica del Sacro Cuore, IT) og Serra Tinic (University of Alberta, Canada), sammen med postdoktorale forskere Catalina Iordache (Vrije Universiteit Brussel, BE), Dan Martin (University of Leeds, UK), Julie Mejse Münter Lassen (Aarhus Universitet, DK), Filip Świtkowski (University of Warszawa, PL), Antonio Nucci (Università Cattolica del Sacro Cuore, IT). Endelig har støtteforskere Jacek Mikucki (University of Warszawa, PL) og Katarzyna Gajlewicz-Korab (University of Warszawa, PL) bidraget. Mere information om projektet kan findes her: <https://psm-ap.com/>