

Fremtidens medier

Borgernes medier

Borgerkommissionens Betænkning
Teknologirådet - Juni 1997

I. INDLEDNING2

II. BORGERNES MEDIER4

III. INDHOLD OG MULIGHEDER6

IV. UDDANNELSE9

V. REGISTRERING, SIKKERHED OG PRIVATLIVETS FRED11

VI. REKLAMER I DE KOMMERCIELLE MEDIER12

VII. ANBEFALINGER13

VIII. BAGGRUND17

IX. BORGERKOMMISSIONEN20

Forsideillustration af David Erle Harder

I. Indledning

Selv om det kun er Sankt Hans aften, vi for alvor samles omkring bålene, har bålpladsen gennem historien altid været et naturligt samlingspunkt. Det var her alle mødtes og snakkede sammen, udvekslede historier og fik adgang til information.

I vor tid, hér før årtusindskiftet, er fjernsynet, radioen og aviserne nogle af vore samlingspunkter. Medierne er den fælles bålplads. For mange er envejs-massemedierne kun et ildsted, hvor menneskene står stumme omkring ilden. Og lige om hjørnet aner vi, at den teknologiske udvikling er ved at nå et niveau, hvor det er muligt at opbygge, hvad vi kan kalde *fremtidens bålplads*, hvor en meget kompleks informationsudveksling og kommunikation atter er mulig.

Det er op til os selv at indrette og planlægge den elektroniske bålplads. Det er også op til os selv, hvem samtalen skal omfatte, om det skal være et lille mindretal, eller om alle borgere skal kunne være med omkring bålet.

A. Globalisering og lokalisering

Medierne er præget af modstridende udviklinger op til årtusindskiftet. Den teknologiske udvikling

kommer til at give mulighed for, at alle på et hvilket som helst tidspunkt kan modtage medieindhold og programmer, der er produceret og udsendt hvor som helst på jorden. Der bliver adgang til et næsten ubegrænset udbud af medier. Samtidig gør teknologien det teknisk og økonomisk muligt at producere og distribuere medieindhold selv i små og isolerede lokalsamfund. Adgangen til medierne kan demokratiseres i et omfang, vi ikke kunne forestille os bare for 10 år siden.

Den teknologiske udvikling peger frem mod medier, der er væsentligt anderledes end dem, vi kender idag. De kendte medier, som fjernsyn, radio og aviser, kan alle udsendes gennem de samme kanaler, og vi vil se en lang række blandingsformer: Fjernsyn med vedhæftede baggrundsartikler og aviser med indbyggede film. Medierne vil kunne modtages gennem de samme elektroniske forbindelser og apparater. Medierne er ved at smelte sammen. Samtidig er medierne ved at blive interaktive og delvist modtagerstyrede: Mediebrugerne får mulighed for at vælge, hvilket stof de vil se, hvordan det er sammensat, med individuelt tilrettelagte synsvinkler, og med mulighed for at styre form og indhold og for at sende egne synspunkter og materialer tilbage til afsenderne.

I kraft af den teknologiske og økonomiske udvikling ser vi to modstridende tendenser i medieudbuddet. På den ene side ser millioner af mennesker kloden over de samme programmer, spiser den samme mad, har det samme tøj på og køber de samme produkter. På den anden side medfører globaliseringen en stærkt øget interesse for lokalsamfundet og de traditionelle værdier. Det føles vigtigere at holde fast i det nære, når den samtidige forandring og ensretning er så stærke faktorer.

Tilsammen er virkningen, at den fælles kultur og de nationale institutioner presses udefra af det globale, og nedefra af det lokale.

Vi ønsker at indgå i fremtidens verden på en konstruktiv og frugtbar måde, og vi ønsker et godt liv for os selv, for vore medborgere og for alle mennesker. Derfor er det afgørende for os at videreudvikle de fællesskaber, vi er vokset op med, og som vi lever i. Her får medierne en central rolle. Medierne kan medføre øget splittelse, men de kan også blive redskab for en kommunikation, der styrker fællesskabet.

A. Hvem er vi?

Vi er en gruppe på 16 danske borgere, der er repræsentativt sammensat (se afsnit IX), som af Teknologirådet er blevet bedt om at udtale os om fremtidens medier. De centrale spørgsmål i vort kommissorium, som har været udgangspunktet for vore overvejelser, er følgende:

Taget for givet, at der vil være et stort kommercielt udbud på medieområdet, blandt andet båret af nye teknologiske muligheder, hvilke former for indhold og funktioner har vi da behov for, for at kunne opretholde en oplyst samfundsdebat? Og hvordan kan vi sikre dette indhold og disse funktioner?

Vi har herunder taget stilling til følgende underproblemer:

Hvilke krav stiller borgeren til indhold, muligheder og rettigheder i fremtidens medier?

Hvordan skal public-service begrebet anvendes i fremtidens medier?

Hvordan sikres borgerens krav til indhold og muligheder i fremtidens medier?

Vi er en gruppe af almindelige borgere, der ikke har professionelle interesser, vi skal pleje i forhold til medierne. Vi er ikke gået til dette arbejde som forbrugere, men som borgere: Repræsentanter for de fællesskaber, der udgør vores samfund.

Vores bestræbelse med dette arbejde er at bidrage til, at der findes et grundlag for en oplyst samfundsdebat. Det er vigtigt, at vi opretholder en fælles samfundsmæssig referenceramme. Vi mener, at dette er afgørende for det levende demokrati.

Vi har sat os ind i, hvad der er på vej i fremtidens medier og i de mange teknologiske muligheder. Men det væsentligste for os er ikke de teknologiske muligheder. Vi synes det vigtigste er, hvilket indhold der kommer i medierne, hvordan det påvirker vores fremtid, og hvordan borgernes indflydelse og demokratiet udvikles. Det er, hvad vi gør rede for i det følgende.

I. Borgernes Medier

A. Adgang for alle

Det er afgørende, at alle borgere gives lige adgang til informationer og medier. Alles adgang til informationer og medier vil bidrage til sikring og udvikling af demokratiet. Dette kan opnås ved at sikre en reel ytrings- og informationsfrihed, hvor alle får mulighed for at forstå, anvende, producere og distribuere information. Dette kan ske gennem Borgernes Medier, som hverken er kommercielle eller statslige.

Der skal derfor skabes teknologisk og økonomisk basis for alle borgeres brug af medierne. Dette bør bl.a. ske gennem en forsyningspligt til udbredelse af elektroniske medier.

Forsyningspligten skal omfatte samtlige husstande i Danmark uanset geografisk beliggenhed. Adgang til nye former for kommunikationsnet skal være økonomisk overkommelig og efter samme principper som adgangen til det faste telefonnet i dag.

Selv om det bliver muligt at udbrede alle informationer gennem elektroniske kanaler, er det i det mindste i en overgangsfase afgørende, at muligheden for at modtage traditionelle, trykte medier (dvs. personlig, papirbaseret information) opretholdes. Ellers vil en stor gruppe medborgere blive udelukket fra mediebilledet.

På samtlige biblioteker (incl. bogbusser), skoler, ældrecentre og sygehuse skal der være gratis adgang til brug af informations- og kommunikationsmedier. Samtidig med at de teknologiske foranstaltninger etableres, skal der satses på uddannelse i brugen af medierne, så de bliver alment tilgængelige for alle borgere.

A. Borgerindflydelse

Det er vores opfattelse, at den almindelige borgers indflydelse på programvalg i dagens udbud af medieproduktion er begrænset. De i dag definerede public service kanaler lader sig i høj grad påvirke af ønsket om maksimalt seerantal og lader kravet om alsidighed og kvalitet i stikken. Som borgere har vi behov for et professionelt, alsidigt og troværdigt medieudbud.

Vi mener, at det vil være naturligt og nødvendigt, at borgerne får en direkte indflydelse på det fremtidige fælles medieudbud, Borgernes Medier.

A. Borgerbestyrelse

Borgernes Medier skal være uafhængige af markedet, af interessegrupperne og af partipolitik. Det skal sikre et alsidigt, relevant og troværdigt udbud, der afspejler borgernes ønsker og behov. Borgernes

Medier skal tage udgangspunkt i vor fælles kultur, vor fælles historie og vore fælles problemer.

De overordnede principper skal være alsidighed, saglighed, lødighed og kvalitet med det formål at varetage opretholdelsen af den fælles kulturelle referenceramme.

Der skal sammensættes en bestyrelse for Borgen Medier, der er repræsentativt sammensat i forhold til geografi, alder, køn, erhverv etc.. Bestyrelsesmedlemmerne kan udvælges blandt borgere, der efter et udtræk i CPR-registret har yttret interesse for at deltage i arbejdet. Bestyrelsen kan bestå af 18 personer udvalgt på denne måde. Bestyrelsen ledes af en formand, som udvælges af bestyrelsen selv. Formandskandidaterne indstilles af et Folketingsudvalg. Formanden og bestyrelsen vælges for 3 år. Medlemmer i bestyrelsen udskiftes med en trediedel hvert år. Nye medlemmer findes efter samme principper, som tilgodeser bred repræsentation.

Bestyrelsen ansætter en direktion som sikrer, at driften gennemføres i overensstemmelse med de rammer og principper, der udstikkes af bestyrelsen. Den daglige drift omfatter nyheds- og informationsformidling samt egenproduktion og indkøb af produktioner.

Finansiering sker via licens eller skat. Hvis medierne skal spille en aktiv rolle i udviklingen af demokratiet, må demokratiet afsætte tilstrækkelige midler til dækning af omkostningerne.

A.Etisk regelsæt

Vi foreslår, at der overordnet udarbejdes et etisk regelsæt som grundlag for fremtidens medier. Uoverensstemmelser om overholdelse af det etiske regelsæt kan behandles af forbrugerombudsmanden.

Der skal skabes rammer for løbende debat i hele befolkningen om mediernes indhold og medieteknologiens udvikling, bl.a. ved årlige offentlige mediehøringer.

Vi ønsker at undgå, at der kommer politiske og økonomiske monopoler på medieområdet.

I.Indhold og muligheder

A.Hvad vil borgerne med medierne?

Vi vil oplyses om begivenheder i samfundet

Vi vil oplyses om nye tanker og udviklinger

Vi vil oplyses, så vi kan tage stilling til samfundsændringer

Vi vil oplyses om begivenheder og udviklinger i resten af verden

Vi vil forundres og underholdes

Vi vil styrkes i vores fælles kultur

Vi vil have indsigt i andre livsformer og tænkemåder

Vi vil styrkes i dannelsen af vor egen identitet og selvforståelse

Først og fremmest vil vi have mulighed for (inter)aktivt at deltage i samfundsdebatten i medierne.

Kultur er dynamisk og udvikles hele tiden i sammenhæng med udefra kommende impulser. Kulturen

udtrykkes i medierne bl.a. gennem design, billede, lyd og tempo, der i hver kultur har sit særpræg. Indholdet skal afspejle vore fælles forståelsesmønstre og menneskesyn.

Der skal opretholdes og udvikles en selvstændig dansk nyheds- og informationsformidling, som skal være professionel, troværdig og lødig.

Nyheds- og baggrundsrelateret informationsformidling skal lægge vægt på danske forhold set i international sammenhæng. Der skal sikres dækning af begivenheder på lokalt, regionalt, nationalt og internationalt plan.

Medieudbudet skal indeholde produktioner i alle genrer, især produktioner af national betydning og interesse. Der skal sikres produktioner med eksperimenterende og fornyende indhold, samt produktioner der henvender sig til en begrænset del af befolkningen, og som derfor måske ikke vil blive produceret af kommercielle udbydere. Der er erfaring for at produktioner, som er skabt med engagement og journalistisk og kunstnerisk dygtighed, har bred folkelig appel.

Underholdning skal være en del af udbuddet og skal - som alle produktioner - indgå i sammenhænge, som afspejler de overordnede principper for medieudbuddet.

Endelig skal en del af udbuddet være rettet mod undervisning og uddannelse af borgerne.

Mediefladen i det ikke-kommercielle medieudbud skal repræsentere alle samfundslag, aldersgrupper og minoriteter med plads til både bredde og elite.

Produktioner såvel som redaktionelt indhold skal være reklamefrie og uafhængige af politiske og økonomiske interesser. Store dyre produktioner kan indkøbes eller produceres i samarbejde med sponsorer, som ikke må påvirke indholdet.

A.Interaktivitet

På nuværende tidspunkt er interaktivitet i medier på et begynderstadium. I takt med den teknologiske udvikling vil interaktivitet blive mere relevant og mulig på flere områder i medierne. Den teknologiske udvikling fører medieforbrugeren hen mod forhold, der ligner dem, biblioteksbrugerne har i dag, med et mangfoldigt udbud af valgmuligheder.

Det interaktive betyder, at vi har mulighed for at udvælge og fordybe os i de områder, der særligt interesserer os. Vi ser ligeledes store muligheder i, at vi kan hente oplysninger, informationer, artikler, tjenester, services og programmer hjem, når vi selv ønsker det, og når vi finder det tidsmæssigt mest praktisk. Vi kan således få samme muligheder for information uafhængigt af arbejdstider, børnepasning mv.

Vi forventer, at det samlede udbud af information vil være så stort og uoverskueligt for den enkelte borger, at det bliver nødvendigt med en udvælgelse og sortering af udbuddet efter den enkeltes ønsker, interesser og behov.

I denne udvælgelse ser vi en fare for, at en nuanceret fremstilling for den enkelte udebliver. For at sikre det overblik, som f.eks. fremstillingen af politisk stof bør rumme, er det vigtigt, at der i Borgernes Medier ikke interaktivt gives mulighed for på forhånd at bortredigere uønskede informationer i f.eks. nyhedsudsendelser. Men naturligvis vil såvel afbryderen som kanalvælgeren fortsat eksistere.

A. Borgernes muligheder for at ytre sig

Borgernes medier skal gøre brug af de interaktive muligheder til i højere grad at garantere borgernes muligheder for at ytre sig. Det er allerede i dag muligt at kommentere mediernes indhold gennem breve, e-mail og læserbreve m.v. Medieudbyderne skal i et vist omfang forpligte sig til, og afsætte ressourcer til, at reagere på tilbagemeldinger fra borgere. Samtidig skal medieudbyderne i stort omfang tilbyde redigeret offentliggørelse af ytringer fra borgerne i medierne, så der foregår en offentlig debat i medierne. Fremtidens medier skal udnytte interaktiviteten til at styrke den oplyste samfundsdebat.

Det er vigtigt, at der - i endnu højere grad end nu - gives borgeren mulighed for gennem medieproduktioner at kunne give sin mening til kende. Det kan være i form af programmer, der svarer til det nuværende TV-åben, medieværksteder og båndværksteder. For at undgå, at enkelte personer eller synspunkter bemægtiger sig dette medium, skal der foretages en vis redaktionel redigering.

I. Uddannelse

Vi ønsker en fremtid, hvor alle borgere har reel mulighed for at være aktive medspillere i samfundet. Hvis det skal lykkes, har medierne en meget vigtig rolle at spille. Men det allervigtigste er, at alle borgere har kunnen, viden og holdninger, der gør dem i stand til at sortere, filtrere og vurdere informationer og i stand til at ytre sig i de relevante offentligheder. Derfor er læring og uddannelse det mest afgørende middel til at skabe den fremtid vi ønsker og uddannelse er det vigtigste middel til at skabe medier, der kan bidrage positivt til den fremtid.

Med det stigende antal informationskilder, samt den stigende hastighed hvormed informationerne fremkommer, stilles der større og større krav til den enkelte borgers evne til at sortere og filtrere informationer. Dermed er det af meget stor betydning, at borgeren har redskaber til at fortolke og analysere de oplysninger, der er til rådighed.

A. Uddannelse i mediet: forståelse af produktion og distribution

En forudsætning for reel ytrings- og informationsfrihed er, at der livet igennem tilbydes borgerne uddannelse samt oplysning om produktion og distribution af information.

Hvis man skal kunne bevare overblikket i en verden domineret af mediebudskaber, må man forstå forholdet mellem budskaberne og virkeligheden forstå hvordan programmerne er blevet til. Unge mennesker forveksler ikke ÕsplatterfilmÕ med virkeligheden. De kender produktionsgangen og ved, at det er fiktion. Anderledes forholder det sig med forbruget af en lang række af de informationer, der bringes i medierne nu, hvor produktionsgangen er ukendt, og kritik af produktet derfor er svær. Evnen til at bevare overblikket hænger sammen med viden om produktionens fremkomst. Derfor er uddannelse i anvendelse af medierne nødvendig.

A. Hvordan vi sikrer, at alle får en uddannelse i forståelse og anvendelse af fremtidens medier

Viden om medieforståelse skal være et centralt uddannelsesområde i folkeskolen og i alle andre uddannelser. Kun således sikres, at vi og vores børn lærer at blive kritiske forbrugere af fremtidens medier.

Da alle fag bygger på at kunne forstå og anvende information, skal indhentning af information og informationsbehandling være et centralt område inden for alle fag. Medieanalyse skal derfor ikke kun fremstå isoleret som et selvstændigt fag, men indgå som et naturligt element i al form for uddannelse.

Det skal sikres, at medierne kan anvendes som et redskab til uddannelse og oplysning, såvel inden for almene som specifikke områder. Derunder er det vigtigt at fokusere på handicapområdet.

Den teknologiske udvikling, og især de interaktive muligheder, skal bruges som en mulighed for at styrke almen og specialiseret uddannelse gennem medierne som fjernundervisning.

A.Bitværksteder

Det er vigtigt at skabe mulighed for, at alle borgere kan udtrykke sig gennem fremtidens medier. Borgerne må derfor have adgang til Bitværksteder i alle lokalområder. Ved Bitværksted forstås en form for medieværksteder med digitale redskaber og online-distributionsmuligheder, hvor borgeren kan få mulighed for at producere og distribuere f.eks. dokumentarudsendelser eller nyhedsaviser, til lokal, regional eller global brug. Bitværksteder er et middel til forståelse og anvendelse af fremtidens medier. Derved bliver det også et middel til uddannelse for den enkelte forbruger. Bitværkstederne kan f.eks. være forankrede i biblioteker, skoler og andre undervisningsinstitutioner.

A.Medieuddannelser

Udviklingen inden for medierne sker i et eksplosivt tempo, hvilket stiller krav til et fleksibelt uddannelsessystem til uddannelse af professionelle mediefolk. Uddannelsen skal sikre, at mediearbejdere får en uddannelsesmæssig baggrund, der afspejler tendenserne i den teknologiske udvikling inden for medieområdet. Men det er af største betydning, at fremtidens mediearbejdere samtidig får en uddannelse, der tematiserer sociale, politiske, kulturelle, kunstneriske og økonomiske forhold i verden, så de har en forståelse for, hvad der er væsentligt og uvæsentligt for borgerne. Hastigheden i udviklingen medfører samtidig, at uddannelsen aldrig kan betragtes som afsluttet, men konstant må følges op af efter- og videreuddannelse.

For allerede uddannede betyder udviklingen, især skiftet fra envejs-medier til digitale medier med interaktive muligheder og konvergensen mellem medierne, at der allerede nu er et stort behov for opkvalificering.

I.Registrering, sikkerhed og privatlivets fred

Med digitalisering og den voksende globalisering vil vi foretage flere og flere bevægelser over distributionsnettet, der vil kunne registreres, ikke kun af medieudbydere, men også af tredjeparter, som f.eks. markedsanalysefirmaer eller myndigheder.

Det er i dag teknisk muligt at registrere alle bevægelser og alt forbrug. Sådanne registreringer kan bruges til formål, der ligger uden for brugerens kontrol. Vi ønsker lovgivningen indrettet, således at det bliver forbudt at registrere den enkeltes medieforbrug, hvor det ikke er led i en helt nødvendig registrering af forbrug, der skal betales. Opbevaring af registrerede data ud over det tidspunkt, hvor de er nødvendige, skal forbydes, og oplysningerne må ikke videregives til uvedkommende eller offentliggøres uden alle impliceredes direkte samtykke. Regeringen bør indgå internationale aftaler, der forfølger de samme formål.

Som borgere ønsker vi at have adgang til at få varer og tjenesteydelser gennem medierne. Der må etableres sikkerhed for, at betalinger via de elektroniske medier kan foregå på betryggende vis. Som varer og tjenesteydelser kan eksempelvis nævnes medie-indhold, offentlig retshjælp mv.

Respekten for privatlivets fred må også gælde for medierne. Der må gennemføres en lovgivning, der gør

det muligt at frasige sig uopfordrede henvendelser med tilbud om information og handel. På samme måde må det sikres, at medierne ikke uden samtykke fra brugeren kan gøre brug af oplysninger om denne, dennes udtalelser eller billeder, hvor denne optræder. Igen må vi forlange et etisk regelsæt for medierne.

I.Reklamer i de kommercielle medier

For producenter er reklamer en stor og vigtig del af virksomhedernes afsætningsstrategi. For forbrugerne er vigtigheden mere tvivlsom; skal man være positiv, kan man sige, at reklamerne giver forbrugerne oplysninger om produkter på markedet.

Det er ønskeligt, at vi som danske borgere får indflydelse på reklamers indhold, form og distribution. Denne indflydelse bør baseres på et etisk regelsæt.

Vi ønsker, at reklamer udelukkes fra Borgernes Medier, så reklamer udelukkende forekommer hos de kommercielle udbydere.

De kommercielle mediers reklamer skal adskilles fra det redaktionelle stof, og det skal være muligt at gennemskue, hvad der er reklamer. I det hele taget ønsker vi de nuværende begrænsninger af reklamer i medierne opretholdt.

Regeringen bør på internationalt plan, særligt i forhold til EU, stille krav omkring anvendelsen af reklamer hos kommercielle udbydere svarende til de regler, der gælder i Danmark. I kraft af et større udbud af medier vil værdien af de enkelte reklamer formindskes. Vi ser det som en uheldig udvikling, hvis omfanget af reklamer stiger tilsvarende.

Mediernes konvergens vil i fremtiden kunne overflødiggøre reklamer, som vi kender dem i dag. Vi ønsker, at reklamerne i fremtiden vil være noget man aktivt søger efter, fordi de indholder reel forbrugeroplysning.

I.Anbefalinger

A.Borgernes Medier

Borgernes Medier skal etableres. De vil for det første bestå af indhold, muligheder, tjenester og services, herunder adgang til offentlige institutioner, Public Service kanaler, kommunikationsmuligheder m.v. For det andet vil Borgernes Medier bestå i etableringen af infrastruktur og distributionsveje.

A.Adgang

1.Forsyningspligt

Efter samme princip som forsyningspligten i dag indenfor telefonnettet, varmforsyningen, vandforsyningen, elforsyningen osv., skal det sikres, at alle danske hustande har adgang til det distributionsnetværk, der giver adgang til Borgernes Medier. Omkostningerne skal være ens for alle borgere.

Hvis Borgernes Medier skal underbygge og udvide den oplyste samfundsdebat og styrke demokratiet, skal alle have adgang til både kommunikations- og informationsmulighederne, dvs. de interaktive muligheder. En sikring blot gennem alles adgang til envejs-massemedier er ikke tilstrækkeligt (som i dag). Skal det danske demokrati være blandt de første, der målrettet anvender fremtidens medier til

at styrke det kulturelle fællesskab og den demokratiske debat, kræver det lige adgang til lige båndbredde.

1. Minimumsadgang

Der bør sikres en minimumsadgang gennem gratis adgang til Borgernes Medier på offentlige institutioner som biblioteker, skoler, sygehuse, social- og skatteforvaltninger etc. Denne minimumsadgang er principiel vigtig - især i en overgangsperiode - men er mindre vigtig i forhold til Borgernes Medier: Kun gennem vid udbredelse og anvendelse vil Borgernes Medier få en betydning i udviklingen af det levende demokrati.

A. Borgerindflydelse

1. Borgerbestyrelse

Der nedsættes en borgerbestyrelse for Borgernes Medier. Det er afgørende, at borgerne får direkte indflydelse på Borgernes Medier. Indflydelsen skal både være på bestyrelsesniveau, hvor de overordnede linier besluttet, og på brugerniveau, som direkte debat i mediet.

Bestyrelsen nedsættes ikke gennem politiske valg eller lignende, men gennem en proces, hvor f.eks. 5000 borgere kontaktes efter tilfældig udtrækning i CPR-registeret. På baggrund af de interesseredes begrundede interessetilkendegivelser, udvælges bestyrelsen efter en jævn fordeling af demografiske forhold som køn, alder, bosted og erhverv/uddannelse.

Det er vigtigt, at både den overordnede styring af Borgernes Medier, og den generelle debat i og omkring mediet, er levende og i bevægelse. I forhold til borgerbestyrelsen er det vigtigt med udskiftning af medlemmer, mens det i forhold til debatten, og den fortsatte vurdering af bestyrelsens arbejdsgrundlag, er vigtigt f.eks. at lave årlige mediehøringer.

1. Etisk regelsæt

Der udformes et etisk regelsæt for indholdet i Borgernes Medier. Der gives mulighed for, at uoverensstemmelser omkring overholdelsen af de etiske målsætninger kan behandles af forbrugerombudsmanden. Det etiske regelsæt skal fastsætte og klargøre minimumskrav omkring direkte uønsket, eller forbudt indhold, eller f.eks. krav til debatindlæg om afsenderadresse og argumentation.

A. Indhold og muligheder

1. Styrkelse af Public Service

Public service funktionen skal styrkes og videreudvikles. Der skal opretholdes en selvstændig dansk nyheds- og informationsformidling, som skal være professionel, troværdig og lødig. Mediefladen skal repræsentere alle samfundslag, aldersgrupper og minoriteter. Indholdet skal være reklamefri og uafhængigt af politiske og økonomiske interesser. Medieudbudet skal indeholde produktioner, som ellers ikke vil være tilgængelig for alle, samt være af særlig national betydning og interesse. Der skal sikres produktioner med indhold, som naturligt hører til i offentlighedens medier, men som er rettet mod en begrænset del af befolkningens interesser, og som derfor ikke ville være produceret af kommercielle udbydere. Underholdning skal indgå i sammenhænge, som afspejler de overordnede principper for medieudbudet.

1. Interaktivitet

Borgernes Medier skal udnytte de interaktive muligheder til at forbedre og udvikle indholdet. Dette gælder også for dagens public service kanaler. Interaktiviteten giver mulighed for at styrke indholdet i forhold til f.eks. undervisningsprogrammer, debatprogrammer og nyhedsudsendelser.

Samtidig bør man også i visse tilfælde begrænse de interaktive muligheder. Den redaktionelle valgmulighed bør ikke overgå 100% til brugeren i alle tilfælde. Det er f.eks. vigtigt at opretholde en samlet nyhedsoversigt i Borgernes Medier.

A.Uddannelse

1.Producent frem for konsument

Den reelle ytrings- og informationsfrihed skal sikres gennem uddannelse samt oplysning om produktion og distribution af indhold. Medieanalyse skal være et centralt uddannelsesområde i folkeskolen og i alle andre uddannelser, og det skal indgå som et naturligt element i alle fag.

1.Bitværksteder

Der skal oprettes Bitværksteder, der giver mulighed for at lære og bruge fremtidens medier. Bitværksteder skal være lokale, åbne for alle og give adgang til produktionsudstyr og distributionsnetværk. Bitværkstederne skal både have en uddannelsesmæssig funktion og samtidig være grosted for udviklingen af den lokale tilgang til Borgernes Medier. Ved at forankre Bitværkstederne i f.eks. folkeskolerne sikres en lokal tilgang og indholdsproduktion samtidig med, at faciliteterne kan udnyttes i forbindelse med projektopgaver og lignende.

1.Uddannelse gennem Borgernes Medier

Borgernes medier skal anvendes til almen uddannelse og oplysning. Der skal gives mulighed for specialiseret videreuddannelse gennem medierne. De teknologiske muligheder skal målrettet udnyttes til at etablere uddannelsesmuligheder.

A.Registrering, sikkerhed og privatlivets fred

Der skal indføres et reelt forbud mod registrering af bevægelser, kommunikationer og transaktioner i medierne. Der skal indføres mulighed for sikker betaling af ydelser og produkter. Privatlivets fred skal respekteres, f.eks. med en lovgivning som dørsalgsloven for de elektroniske medier.

A.Reklamer i de kommercielle medier

Der må ikke anvendes reklamer i Borgernes Medier.

I de kommercielle medier skal brugerne have indflydelse på reklamens indhold, form og distribution. Der skal være en æstetisk sammenhæng mellem reklamer og indholdet. Reklamerne skal være tydeligt adskilt fra det redaktionelle stof, og det skal være letgennemskueligt, hvad der er reklamer.

De eksisterende begrænsninger af reklamer i medierne skal opretholdes, og regeringen bør på EU plan arbejde for, at der stilles krav til anvendelsen af reklamer hos de kommercielle aktører.

Juni 1997

Karen Berg Hansen Mathias Kværndrup

Birthe Abildgaard Erik B. Hansen

Marianne Westermann Heinz Lieder

Lone Rosing Allan Thorgaard Nielsen

Marianne Kristensen Anton Lund Christensen

Inge Svendsen Frede Skov Hansen

Birthe Dissing Helge Milo

Hanne Kjærsgaard Jakob Erle, formand

I.

Baggrund

En del af grundlaget for vore overvejelser er en række teknologiske udviklingstendenser. Det er naturligvis ikke indenfor denne opgaves omfang at give et fuldstændigt overblik, og vi har - som den forsamling af ikke-eksperter vi er - valgt kun at medtage netop de tendenser, som vi mener er vigtige og aktuelle i den forstand, at de allerede er virkelighed.

A. Teknologisk udvikling

1. Digitalisering: Mange kanaler, billige kanaler

At den informations- og kommunikationsteknologiske udvikling er digital er i dagens info-samfund en selvfølge. Vi arbejder mere og mere med bits og denne digitalisering gennemtrænger snart alle processer i samfundet.

En af konsekvenserne af digitaliseringen er adgangen til de mange TV-kanaler. Via satellit og kabel-TV, og gennem digital kompressionsteknologi, får vi pludselig leveret 500 TV-kanaler til døren. Set fra borgerens side må dette betyde, at kanalerne ikke længere er dyre og omkostningskrævende, som det gamle jordbårne net. Man kunne med rimelighed antage, at kanaler med kapacitet til at overføre TV, og endda med mulighed for tovejs-kommunikation, bliver let-tilgængelige indenfor en kort årrække.

Med andre ord ser vi, at digitale distributions- og kommunikationskanaler med høj båndbredde findes i stadigt større mængder, og at deres pris er stærkt faldende. I fremtidens medier er kanalerne ikke kun forbeholdt kapitalstærke institutioner.

1. Konvergens

Konvergensbegrebet henviser ofte i en *teknologisk* forstand til sammensmeltningen af fjernsyns-, telefon- og computerteknologierne til *n* teknologi der *kan* det hele, men ikke mindre væsentlig er den *indholdsmæssige* konvergens, også kaldet **transmedia**: Information i *t* medie er tilgængeligt i alle medier. Nyhederne kan, udover den trykte avis, findes på tekst-tv, på internettet, på mobiltelefonen. E-mail pr. telefon, fax, computer, TV etc. Der er ingen tvivl om, at denne udvikling allerede er sket og at teknologierne er til rådighed.

Denne indholdsmæssige konvergens har betydning, når vi taler om fremtidens medier, idet det ikke længere er afgørende, om vi snakker om den ene eller anden *kasse* eller *terminal*. Det kan være

noget, der ligner et fjernsyn, det kan være noget, der ligner en computer, det kan være dørklokken - afgørende er det, at indholdet bliver frigjort fra terminalen, og at man derfor ikke kan tænke indhold og muligheder i fremtidens medier opdelt i de traditionelle massemediers kategorier: TV, radio, aviser. Vi har derfor i vores arbejde valgt ikke at føle os pressede af, om det er fjernsyn, radio eller Internet vi taler om, men derimod forsøgt at koncentrere os om det indhold og de muligheder, mediet bør tilbyde.

1. Interaktivitet

Interaktivitet er en central egenskab ved fremtidens medier. Selvom det ofte bruges i flæng, er det dog en karakteristisk mulighed som informations og kommunikationsteknologien åbner op for. Vi møder allerede interaktiviteten i vores nuværende medieanvendelse. I fjernsynet benytter man i stigende grad seerafstemninger (ligesom on-line ratings vel også er en slags interaktivitet) - tekst-tv er også interaktivt på et simpelt niveau, mens TV-fonen faktisk allerede er et svært gennemskuelig udtryk for konvergens mellem telefonen og fjernsynet. Interaktive er også de omsiggribende tast-selv tjenester, ligesom kabel-tv operatørernes near-video-on-demand⁽¹⁾ (NVOD) nu er en tjeneste, der faktisk kan erhverves af ethvert kabel-tv abonnement. Og selvfølgelig er Internettet i sin natur interaktivt. Faktisk er udviklingen allerede så langt, at interaktiviteten først for alvor er interessant, når den er koblet til en on-line funktion (TV-fonen, Internettet, Kabel-TV).

Den klare udviklingstendens er, at envejsmedierne bliver til kommunikations-medier. Enten i form af direkte, ÕliveÕ, kommunikation (synkron), eller i form af forskudt kommunikation som f.eks. e-mail (asynkron).

Status quo i Danmark er, at allerede een kabel-tv udbyder tilbyder interaktiv kabel-tv. Det varer ikke mange måneder (efteråret 97), før en anden udbyder tilbyder interaktivt kabel-tv, hvor der ikke bare bliver mulighed for NVOD, men også homeshopping, modtagelse af e-mails, adgang til udvalgte web-sider og mulighed for at indprogrammere brugerprofiler, så man kan udvælge hvad f.eks. de mindste må se på fjernsynet. Altsammen foregår via digitalt kabel-TV, en set-top box og en almindelig zapper. Teknologien er klar, og tilbuddet kommer allerede nu til en stor del af de danske seere.

Interaktiviteten tilbyder en række *muligheder*, der har konsekvenser for *indholdet* i fremtidens medier. Som sagt er det en teknologisk udvikling, som borgerkommissionen vurderer er realistisk at medtage i billedet af fremtidens medier. Umiddelbart kunne man forestille sig, at man ved nyhedsudsendelser fik direkte adgang til baggrundsinformation og andre vinklinger af stoffet, underholdningsprogrammer, som f.eks. quiz«er, kunne være med avanceret deltagelse af mange lokale hold, og undervisningsprogrammer ville give mulighed for kommunikation med underviseren, direkte adgang til tekstmateriale, etc.

1. Produktionsforhold

I forhold til produktionen af indhold i fremtidens medier, ændrer den teknologiske udvikling af produktionsudstyret en række forhold. For det første bliver udstyret billigere, så det er lettere tilgængeligt. For det andet bliver det mere brugervenligt, lettere at anvende og mindre krævende i forhold til omkringsliggende faciliteter som studier, lyssætning m.v. Og for det tredje bliver det fortsat mindre i fysisk størrelse. Det er ikke langt fra, at man i dag kan lave en teknisk kvalitet i fjernsynsstandard med udstyr, der kan være i en rejsetaske.

Sammenholder man denne udvikling med lettere adgang til distributionskanaler, mener vi ikke, det er urealistisk, at en større del af indholdet i fremtidens medier produceres af borgerne selv. Eller ihvertfald

at borgeren er tættere på en reel producentrolle i fremtidens medier.

I. Borgerkommissionen

A. Udvælgelsesprocessen

Borgerkommissionens medlemmer er udvalgt gennem et tilfældigt udtræk fra Indenrigsministeriets CPR-register. Teknologirådet har bedt CPR-kontoret om at udsende en invitationsskrivelse til i alt 2500 personer i Danmark, jævnt fordelt efter køn, alder og bosted. Denne udsendelse resulterede i ca. 50 positive svar fra borgere, der både havde tid og lyst til at deltage i arbejdet. Ud af de halvtreds borgere udvalgte planlægningsgruppen og projektlederen 15, der skulle deltage. Disse 15 medlemmer var udvalgt efter en jævn fordeling af køn, alder og bosted - og udfra et ønske om at have så forskellige deltagere som muligt.

Med denne proces har man ikke - i statistisk forstand - skabt et repræsentativt udvalg af borgere. Snarere kan man sige, at processen har skabt en borgerkommission, der både er tilfældigt og bredt sammensat, med det fælles træk, at alle deltagere har interesse for emnet og praktisk mulighed for at deltage i arbejdet.

A. Arbejdsprocessen

Kommissionens medlemmer er blevet bedt om at afsætte tre weekender til arbejdet med fremtidens medier. På disse weekender har vi gennem oplæg, diskussion, gruppearbejde m.v. arbejdet med emnet. Det har været en krævende arbejdsproces, der er blevet suppleret med udsendelse af materiale mellem arbejdsweekenderne. Selvom vi kunne have ønsket meget længere tid, ville det have været svært at afsætte mere tid i forhold til familie, hjemmeliv og arbejde.

De indkaldte oplægsholder var:

Gundhild Agger: "Mediernes historie"

Frands Mortensen: "Hvad vil samfundet med medierne"

Michael Lynnerup: "Globalt, lokalt, digitalt"

Peter Hesseldal: "TV om to år"

Kjeld Veirup: "Fremtidens public service"

A. Organisation

Teknologirådets projekt har været tilrettelagt i samarbejde med en planlægningsgruppe. Planlægningsgruppen har bl.a. varetaget udformningen af kommissoriet på baggrund af projektbeskrivelsen, udvælgelsen af formanden for kommissionen og godkendelsen af sekretariatets udvælgelse af borgerkommissionens medlemmer. Planlægningsgruppens bestod af :

Margit Neisig, Tele Danmark Udvikling

John Paulin, SpaceInvaders

Linda Overgaard, DR-multimedie

Charlotte Vangsgaard, Kulturministeriet

Ingolf Gabold

Elo Madsen, Foreningen for Folkehøjskoler

Arno Viktor Nielsen, filosof

Knud Erik Skouby, Center for Teleinformation, DTU

Michael Franch Nielsen, projektleder, Teknologirådet

Teknologirådets sekretariat:

Anita Albech, projektsekretær

Helle Junge Nielsen, projektmedarbejder

Michael Franch Nielsen, projektleder

1. ¹ Samme program udsendes på f.eks. fire kanaler forskudt 15 minutter. Abbonnenten kan så se programmet, næsten når hun vil

22.12.97 Teknologirådet tekno@tekno.dk