

## Justering af nyhedsformidlingen i det regionale Danmark

*Af Frands Mortensen, Preben Sepstrup, Erik Nordahl Svendsen*

### *Målsætning og præmisser*

Målet er at sikre et udbud i alle regioner af nyheder, aktualitetsstof og debat, der både nu og i den digitale fremtid har tilstrækkelig kvalitet til, at borgerne kan træffe beslutninger om samfundsmæssige anliggender på et oplyst grundlag. Dette publicistiske udgangspunkt er grundlaget for det efterfølgende forslag om justering af ressourceanvendelsen.

Nyhedsformidlingen i regionerne leveres i dag i det væsentlige af tre aktører: de regionale/lokale dagblade, de regionale radiostationer og de regionale TV-stationer, dels i deres primære medier, dels på nettet og mobilt. Ingen af de tre har tilstrækkeligt med ressourcer til at opfylde formålet, og mangfoldighed, alsidighed og kvalitet opnås ikke ved indbyrdes konkurrence mellem ressourcetsvage aktører.

Målet nås heller ikke ved at forbyde de regionale radio- og TV-stationer at anvende nogle af deres begrænsede ressourcer til at løse opgaven. Lukning af de regionale radio- og TV-stationers hjemmesider vil ikke sikre dagbladene så store abonnements- og reklameindtægter på deres hjemmesider, at der bliver ressourcer nok til at skabe et bedre programudbud end det, der allerede findes på de tre aktørers nuværende hjemmesider. Løsningen er ikke at reducere ressourcerne i hver region, men at koncentrere anvendelsen af dem og derved opnå synergifordele.

Det er en præmis for forslaget, at dagbladene er hovedleverandør af regionale nyheder, og at deres bidrag til det samlede programudbud derfor må opretholdes. De beskæftiger i dag størstedelen af den journalistiske arbejdskraft i regionerne.

Ordningen må konstrueres så den ressourcemæssigt er til gavn for dagbladene samtidigt med, at DR's og de regionale TV-regioners public serviceforpligtelser opfyldes.

### *Forslaget*

Der skal i hver større by (inkl. hovedstaden) skabes "en stor hjemmeside", der samler den journalistiske formidling af stof af samfundsmæssig betydning, og som sikrer borgerne et mangfoldigt og alsidigt programudbud af kvalitet. Hjemmesiden skal være gratis og frit tilgængelig for alle. Hjemmesiden kan bringe reklamer. Hjemmesiden drives af den koncessionshaver, der nævnes nedenfor.

Produktion og udsendelsen af **nyheds- og aktualitetsprogrammer** i de regionale radio- og tv-udsendelser samt den/de "store hjemmesider" udbydes samlet i koncession i hvert koncessionsområde. Udgangspunkt er en fast pris (f. eks. 90 mio. kr. årligt, der tages fra licensen), og Radio- og tv-nævnets udvælgelse sker via skønhedskonkurrence. Løbetid er f. eks. otte år. Udsendelserne sker på koncessionshavernes ansvar og distribueres på DRs kanaler. DR får således ikke nogen redaktionel indflydelse på de regionale udsendelser.

Produktion af andre regionale radio- og Tv-programmer end nyheds- og aktualitetsprogrammer foretages af DR.

Vinderen af koncessionen forpligtes til at etablere “den store hjemmeside” og i øvrigt at anvende sociale medier i alle større byer i koncessionsområdet. DR og TV 2 må ikke oprette hjemmesider med henblik på nyheds- og aktualitetsstof i disse byer/områder.

For byen København/hovedstadsområdet skabes en lignende ordning.

Antallet og omfanget af koncessionsområder/regioner justeres. De byer, der skal have hjemmesider, lægges fast før udbuddet.

Radiolovens § 10 om public service skal overholdes i koncessionshaverens radio, tv og “den store hjemmeside”, evt. med enkelte præciseringen med hensyn til omfang og opdatering af nyheder, men ikke med detaljer som i Radio 24Syv. Radio- og tv Nævnet fører tilsyn med koncessionshaverens udsendelser samt “den store hjemmeside” med mulighed for normale sanktioner.

Vinderen af koncessionen er frit stillet til at udgive andre medier, f.eks. dagblade og andre trykte medier efter eget ønske – det gælder både frekvens, indhold og finansiering. Her gælder § 10 ikke. Eksisterende (og evt. nye) statsstøtteordninger kan fortsætte/oprettes.

Vinderen kan ved siden af “den store hjemmeside” oprette egne hjemmesider med selvvalgt indhold, og disse kan finansieres af både reklamer og abonnement.

DR forbereder et ’kontrolbud’, der anvendes, såfremt der ikke indkommer kvalificerede bud på koncessionen.

Opgiver koncessionshaver at videreføre koncessionen (f. eks. p.g.af egen konkurs), udbydes den igen i en ny otte-års periode.

Der etableres en overgangsordning efter de arbejdsretslige regler for de ansatte i de regionale radio- og Tv-stationer.

#### *Konsekvenser for de nuværende aktører*

De public service-forpligtelser, DR og de regionale Tv-stationer er pålagt, skal fortsat opfyldes.

De regionale Tv-stationer nedlægges, idet deres opgaver med hensyn til nyheder og aktualitet på TV og net overføres til de nye koncessionshavere, og øvrige programopgaver overgår til DR. I det omfang der opnås rationaliseringsgevinster ved nedlæggelsen, følger midlerne med til koncessionshaveren. Koncessionshaverne og DR indgår aftale om levering af regionalt nyhedsstof til DRs nationale nyhedsudsendelser. DR skal ikke betale koncessionshaverne for disse leverancer.

Af DRs public service kontrakt skal fremgå, at DR ikke driver regional nyhedsvirksomhed i radio, tv eller på net, men har aftale med koncessionshaverne om leverancer. Endvidere bestemmelser om de nødvendige ”vinduer” på DRs radio- og tv-kanaler til koncessionshaverens udsendelser (ganske som det i dag kendes fra TV 2/Danmarks vinduer for TV 2 Regionerne).

De dagblade, der ikke vinder koncessionen i deres område, vil lukke inden for kort tid. Det er muligt for flere bladhus i samarbejde at byde på en koncession, og det vil fremme de fusioner, der allerede er i gang. Ordningen vil accelerere en udvikling, der ikke kan stoppes. Den kommende regionale opdeling kan uden større vanskeligheder indpasses i forhold til de tilbageværende bladhus.

Ordningen garanterer ikke, at det bliver de regionale bladhus, der vinder koncessionerne, men det er sandsynligt, da de i forvejen har de regionale journalistiske ressourcer og den erfaring, der skal til for at kvalificere sig i skønhedskonkurrencen. Landsdækkende dagblade kan ikke hindres i at byde, hvad andre medier heller ikke kan.

Koncessionshaver kan i konkurrence med de eksterne producenter byde på andre entrepriseopgaver, f. eks. de dele af TV 2/Danmark A/S’ og DR’s programmer, der i øvrigt sendes i udbud.

TV 2/Danmark A/S kan fortsat sende regional Tv-reklame, da sendernet er regionaliseret.

At flytte de regionale Tv-udsendelser væk fra TV 2/Danmark A/S’ hovedkanal vil imidlertid årligt koste TV 2/Danmark A/S et stort millionbeløb på udgiftssiden. TV 2/Danmark A/S skal herefter selv finansiere produktionen af de ca. 40 daglige minutter, som TV-regionerne hidtil har stillet gratis til rådighed. Hvad det reelt koster, må TV 2/Danmark A/S kunne beregne. Et usikkert skøn ligger over 200 mio. kr. Denne fordel, som TV 2/Danmark A/S mister, har hidtil udgjort indirekte statsstøtte, der falder bort. Hvis staten vil, kan statsstøtten erstattes med direkte statsstøtte til driften eller ved en engangsinvestering i form af et kapitalindskud. Sådanne ordninger er godkendt i Frankrig af EU-Kommissionen. Hvis staten ikke kompenserer TV 2/Danmark A/S, vil det være en væsentlig svækkelse af virksomheden. – At TV 2/Danmark ikke længere får et aftalt leveranceforhold fra de regionale Tv-stationer indebærer ikke noget økonomisk tab, da leverancen hidtil er sket til markedspriser.

Forholdene angående landsnyheder ændres ikke. Den fulde konkurrence mellem private medier og statslige public service medier kan og skal opretholdes nationalt for at sikre borgerne et samlet programudbud med mangfoldighed, alsidighed og kvalitet, selv om det ikke kan lade sig gøre af ressourcemæssige årsager på regionalt plan.