



Folketingets Kulturudvalg
Christiansborg
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70
Fax : 33 91 33 88
E-mail : kum@kum.dk
Web : www.kum.dk

13. november 2012

Folketingets Kulturudvalg har den 23. oktober 2012 stillet mig følgende spørgsmål, nr. 25 (Alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Vil ministeren indhente DR's kommentar til den offentlige debat blandt andet i Politikens artikel "Arrig folkestemning: DR slår plat på de arbejdsløse" den 18. oktober 2012 om programmet "Jobmatch", og herunder give en beskrivelse af indholdet af og formålet med programmet.

Svar:

Jeg har anmodet DR om at bidrage til besvarelsen af spørgsmålet. DR har i den anledning oplyst følgende:

"DR iværksætter i uge 47 kampagnen "Jobmatch" på tv, radio og net, som skal sætte fokus på den vanskelige situation, som mange arbejdsløse befinder sig i.

Som et element i kampagnen fokuseres på 30 arbejdsløse, som hjælpes til at finde deres styrker og særlige potentiale. Det sker konkret ved, at tre erhvervsledere stiller op og giver gode råd og anviser alternative veje ind i jobmarkedet. De arbejdsløse hjælpes til at se på sig selv med andre øjne, til at definere egne kompetencer, til at erhverve sig nye kompetencer og til at opdage nye måder at søge jobs på. I løbet af kampagnen rådgiver de tre erhvervsledere hver ti arbejdsløse og ansætter ved kampagnens slutning en af de ti kandidater. Formålet er – med afsæt i vejledningen af de 30 medvirkende – at give alle jobsøgende et nyt sæt værktøjer i en fastlåst situation.

Kampagnen har fremkaldt en intens debat, som DR har deltaget aktivt i. Debatten har dog alene baseret sig på foramtale af kampagnen - herunder en række misforståelser om kampagnens form og virkemidler - og ikke på selve kampagnens indhold. Dette har efter DRs opfattelse givet et forkert perspektiv i debatten.

For DR er det et helt centralt element i public service-opgaven at sætte aktuelle samfundstemaer til debat og styrke borgernes handleevne. Derfor iværksætter DR "Job-

match"-kampagnen senere i denne måned for at vise nye konstruktive måder at anskue krisen og arbejdsløsheden på ved at vise potentialet, der er i jobansøgere, og ved at anvise, hvordan man kan forløse dette potentiale."

Uffe Elbæk