

ANTENNERNE DE

Sammenfatning af
borgerhøringen
www.antennerneude.dk



Oktober 2017

UDGIVET FOR KULTURMINISTERIET

Af Sune Holm Pedersen og Sofie Flensburg,
ph.d.-studerende ved Institut for Medier, Erkendelse og Formidling,
Københavns Universitet.

Forside: Geelmuyden Kiese for Kulturministeriet

Rapporten kan læses og downloades
på Kulturministeriets hjemmeside:

www.kum.dk

Kulturministeriet
Nybrogade 2
1203 København K

Resumé

Antennerne Ude er et borgerinddragende initiativ iværksat af kulturminister Mette Bock i foråret 2017, hvor mediebrugere landet over fra den 22. maj til 28. september 2017 har fået mulighed for at ytre deres ønsker til fremtidens danske medieindhold.

Kampagnen har indsamlet input fra borgerne gennem tre platforme: Websitet www.antennerneude.dk, en facebookside (www.facebook.com/antennerneudedk) og den såkaldte "generationsrejse" rundt om i landet, hvor kulturministeren har mødt borgere i syv forskellige aldersgrupper.

Formålet med kampagnen har været at skabe en åben, offentlig samtale om mediebrugernes ønsker til fremtidens danske medieindhold forud for de politiske forhandlinger om et nyt medieforslag for 2019 og frem.

Kulturministeriet har bedt os sammenfatte de mest centrale tendenser og temaer i de bidrag, der er indsamlet via www.antennerneude.dk. I alt har 2.273 personer deltaget i kampagnen og afgivet 3.726 bidrag, idet hver person har haft mulighed for at afgive bidrag inden for flere forskellige indholdskategorier (se bilag 1 og 2 for uddybning af bidragsprocessen og yderligere informationer om antallet af bidrag og bidragsydere).

Sammenfatningen beskriver bidragsydernes ønsker til fremtidens danske medieindhold og begrundelserne for disse ønsker, som de er indsamlet gennem en online spørgeguide på www.antennerneude.dk. Vi sigter i den forbindelse på at fremhæve overordnede tendenser i forskelle og ligheder mellem bidragene fra de forskellige aldersgrupper.

Hovedtendenser i bidragene på www.antennerneude.dk inden for de forskellige indholdskategorier er:

Underholdning: *fællesskab, adspredelse og udvikling.* Dramaserier, satire og underholdningsshow er vigtige for mange af de mediebrugere, der har bidraget til www.antennerneude.dk. En stor del af bidragsyderne mener, at underholdning skaber fællesskab i såvel familien som i samfundet. En del bruger desuden underholdende indhold til at slappe af, hygge sig – og nogle gange til at blive klogere. En stor andel af bidragsyderne på 10-18 år har bidraget inden for denne kategori.

Nyheder, aktualitet og debat: *demokratisk dannelse, oplysning og troværdighed.* Nyhederne skal ifølge mange bidragsydere både give det hurtige overblik og de dybere baggrunde og perspektiver på udviklingen lokalt, nationalt og internationalt. Demokratisk dannelse, oplysning og neutralitet er nøgleord i besvarelsenerne inden for denne kategori, og flere lægger vægt på, at troværdige nyhedsmedier kan hjælpe mediebrugere med at navigere i internettets informationshav.

Særligt bidragsydere i aldersgrupperne 19-35 år, 36-69 år og 70+ år har bidraget til kategorien.

Kultur: *transmissioner, identitet og orientering.* Flere transmissioner af f.eks. koncerter, skuespil og opera fra de store danske kulturinstitutioner er et gennemgående ønske i kulturkategorien. Flere ønsker i det hele taget en opprioritering af både den klassiske og den rytmiske, folkelige musik i medierne. Kulturindhold er vigtigt for bidragsyderne, fordi det kan gøre os klogere på både egne og andres livsformer. Mange bidragsydere mener desuden, at kulturindhold er vigtigt, fordi det kan orientere om kulturelle tilbud og aktiviteter landet over. Aldersgruppen 70+ har bidraget forholdsmæssigt meget til denne kategori.

Dokumentar: *indsigt, forståelse og fordybelse.* Mange bidragsydere værdsætter dokumentarer om natur, historie og sociale forhold. Dokumentargenren kan ifølge bidragsyderne være et vindue ind til andre kulturer og livsformer og skabe forståelse mellem mennesker. Besvarelserne fremhæver også undersøgende og kritiske dokumentarer, der kan skabe debat, og fængende fortællinger, der på én gang kan underholde og oplyse.

For børn: *kvalitetsindhold for hele familien.* Bidragsyderne inden for aldersgrupperne 6-9 år og 10-18 år er typisk meget specifikke i deres ønsker til børneindhold, men er overvejende enige om, at det både skal vises i tv og være tilgængeligt på nettet. De voksnes besvarelser i kategorien lægger i høj grad vægt på kvaliteten og på, at der bliver sat trykke rammer for børnenes medieforbrug. De sætter også pris på at kunne dele underholdende og lærerige oplevelser med børnene.

For unge: *mere relevant og oplysende ungdoms-tv.* De unge bidragsydere i aldersgruppen 10-18 år savner i høj grad medieindhold og -platforme, der er målrettet dem. Mange mener, at der er brug for seriøse og dannende tv-programmer, der er relevante for de unges hverdag og kan ruste dem til voksenlivet. Det vil ifølge flere bidragsydere kunne få dem væk fra computeren og tilbage til tv'et.

Sport: *bredde, fællesskab og motivation.* Mange bidragsydere efterlyser en større alsidighed i mediernes sportsdækning og ønsker bl.a. en bredere dækning af forskellige sportsgrene. Flere bidrag argumenterer for, at sportsindhold er vigtigt, fordi det kan samle mennesker på tværs af sociale skel og samtidig fungere som en motivationsfaktor for egen udfoldelse. Samtidig kan medierne være med til at styrke særligt de mindre sportsgrene, der mangler ressourcer og opmærksomhed, skriver flere. En stor del af bidragsyderne inden for aldersgrupperne 19-35 år og 36-69 år har bidraget til sportskategorien.

Andet: *naturprogrammer, viden og public service.* Bidragsyderne har brugt indholdskategorien "andet" til en bred vifte af input. Blandt de hyppigste temaer findes ønsker om flere naturprogrammer, mere drama og fiktion og flere videns- og faktaprogrammer. Andre bidragsydere har brugt kategorien til mere generelle betragtninger om mediernes rolle og udvikling, holdninger til licens mv.

På de følgende sider redegør vi kort for kampagnens opbygning og sammenfatningens metode, hvorefter vi beskriver de mest centrale tendenser og temaer i bidragene i flere detaljer.

Sune Holm Pedersen og Sofie Flensburg, ph.d.-studerende, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet.

Oktober 2017

Indhold

1	Indledning	7
1.1	Om kampagnen "Antennerne Ude"	7
1.2	Sammenfatningens formål og anvendelse	8
1.3	Bidragsproces og besvarelser	8
1.3.1	Afgrænsninger	9
1.3.2	Inddeling i aldersgrupper	9
1.4	Analysemetode	10
2	Underholdning	12
2.1	Indholdsønsker	12
2.1.1	Dansk fiktion og dramaserier	12
2.1.2	Satire og humor	12
2.1.3	Reality og talentshows eller ej?	13
2.2	Begrundelser	14
2.2.1	Fællesskab og familietid	14
2.2.2	Adspredelse og hygge	15
2.2.3	Stof til eftertanke	15
3	Nyheder, aktualitet og debat	17
3.1	Indholdsønsker	17
3.1.1	Overblik og aktuel information	17
3.1.2	Den dybe baggrund	17
3.1.3	Det lokale, nationale og globale	18
3.2	Begrundelser	19
3.2.1	Oplysning og demokratisk dannelse	19
3.2.2	Neutralitet og uafhængighed	19
3.2.3	Troværdige medieplatforme	21
4	Kultur	22
4.1	Indholdsønsker	22
4.1.1	Transmissioner fra kulturinstitutionerne	22
4.1.2	Klassiske kunstarter	23
4.1.3	Mangfoldigt musikudbud	23
4.2	Begrundelser	24
4.2.1	Indblik i egne livsformer	24
4.2.2	Udblik mod andre livsformer	25
4.2.3	Orientering om aktuelle kulturtilbud	25
5	Dokumentar	27
5.1	Indholdsønsker	27
5.1.1	Naturprogrammer	27
5.1.2	Historie og kultur	27
5.1.3	Samfundsforhold og sociale problemer	28
5.2	Begrundelser	29
5.2.1	Indsigt og forståelse	29

5.2.2	Tid og nuancer	29
5.2.3	Gode fortællinger	30
6	For børn	31
6.1	Indholdsønsker.....	31
6.1.1	Både på tv og net.....	31
6.1.2	DRs børnefjernsyn	32
6.1.3	Nyheder i børnehøjde	32
6.2	Begrundelser.....	33
6.2.1	Kvalitet og pædagogik	33
6.2.2	Trygt og uden reklamer	34
6.2.3	Samler på tværs af mediebrug og generationer.....	34
7	For unge.....	36
7.1	Indholdsønsker.....	36
7.1.1	Mere ungdoms-tv.....	36
7.1.2	Uenighed om reality	37
7.1.3	Mere a la "SKAM"	38
7.2	Begrundelser.....	38
7.2.1	Dannende og oplysende	38
7.2.2	Relevant og brugbart.....	39
7.2.3	Den nye medievirkelighed.....	40
8	Sport	41
8.1	Indholdsønsker.....	41
8.1.1	Flere forskellige sportsgrene	41
8.1.2	Lokal sport og foreningsliv.....	42
8.1.3	Diversitet og ligestilling	42
8.2	Begrundelser.....	43
8.2.1	Store sportsbegivenheder samler	43
8.2.2	Motivation til egen udfoldelse	43
8.2.3	Eksponering af sportsgrene.....	44
9	Andet	45
9.1	Indholdsønsker.....	45
9.1.1	Dansk natur og miljø.....	45
9.1.2	Film og serier	46
9.1.3	Videnskab og fakta	46
9.2	Begrundelser.....	47
9.2.1	Oplysning og viden	47
9.2.2	Pas på planeten	48
9.2.3	Public service-spørgsmålet.....	48
Bilag 1	i
	Spørgeguide på www.antennerneude.dk.....	i
Bilag 2	iv
	Informationer om trafik, bidragsydere og bidrag på www.antennerneude.dk	iv

Antal personer, der har afgivet bidrag på www.antennerneude.dk:	iv
Antal bidragsydere fordelt på aldersgrupper:	v
Antal bidragsydere fordelt på regioner:	v
Antal bidragsydere fordelt på køn:	v
Antal bidrag fordelt på indholdskategorier:	vi
Bilag 3	vii
Aktiviteter på kampagnens facebookside	vii
Eksempler på grafisk indhold	vii

1 Indledning

1.1 Om kampagnen ”Antennerne Ude”

Kampagnen ”Antennerne Ude – dine ønsker til fremtidens medieindhold” er en borgerinddragelsesproces sat i gang af kulturminister Mette Bock i foråret 2017 for at ”spørge befolkningen, hvilket dansk medieindhold vi har brug for fremover – i tv, radio, aviser eller på digitale platforme” (se www.antennerneude.dk).

Udgangspunktet for kampagnen er de hastige forandringer i det danske medielandskab og den ændrede mediebrug, som flere rapporter de senere år har peget på (se bl.a. Public Service-udvalgets rapport *Public Service de næste ti år*¹, DR Medieforsknings årlige rapporter om *Medieudviklingen*² og Slots- og Kulturstyrelsens årlige *Rapportering om mediernes udvikling i Danmark*³). En væsentlig pointe i udviklingen er den ”generationskløft”, der tegner sig, når det kommer til mediebrug (se *Public Service de næste ti år*). Mens generationerne over 40 år stadig har et relativt højt forbrug af tv, radio og aviser, foregår de unges (ca. 15-25 år) mediebrug i langt højere grad på internettet og på nye medieplatforme som YouTube, Facebook, Netflix osv.

Kampagnen har indsamlet input fra borgerne gennem tre platforme: Websitet www.antennerneude.dk, en facebookside (www.facebook.com/antennerneudedk) og den såkaldte ”generationsrejse” rundt om i landet, hvor kulturministeren har mødt borgere i syv forskellige aldersgrupper. I denne sammenfatning behandles udelukkende input indsamlet på www.antennerneude.dk.⁴

Antennerne Ude går bag om selve mediebruget, idet mediebrugerne spørges om deres ønsker til medieindholdet og deres begrundelser for disse ønsker. Kampagnen adresserer således ikke spørgsmålet om, hvordan danskernes mediebrug kan tænkes at udvikle sig i fremtiden, men søger derimod at give et indblik i, hvilket medieindhold de forskellige mediebrugere, der har valgt at deltage, ønsker at have adgang til og hvorfor. Disse input skal tjene som inspiration til de politiske forhandlinger om et nyt medieforlig for 2019 og frem.

¹ Udgivet af Kulturministeriet i november 2016:

https://kum.dk/fileadmin/KUM/Documents/Publicationer/2016/Rapport_Public_service-udvalget.pdf

² Se årlige rapporter på <http://www.dr.dk/medieforskning>.

³ Se bl.a. *Mediernes Udvikling i Danmark 2017*: <https://slks.dk/mediernes-udvikling-2017/>

⁴ For mere information om generationsrejsen, se <https://antennerneude.dk/aktiviteter/>. For mere om Antennerne Udes facebookside, se bilag 3.

1.2 Sammenfatningens formål og anvendelse

Indledningsvis er det vigtigt at understrege, at sammenfatningen *ikke* er et bidrag til medieforskning og ikke kan sammenlignes med f.eks. en metodisk og teoretisk stringent spørgeskemaundersøgelse. En grundlæggende forskel på bidragsprocessen på www.antennerneude.dk og en traditionel videnskabelig undersøgelse er f.eks., at bidragsyderne til www.antennerneude.dk af flere forskellige årsager må antages ikke at være repræsentative for befolkningen som helhed. Websitet har været åbent for alle mediebrugere, og det må eksempelvis antages, at bidragsyderne har haft en særlig interesse for at bidrage, og at bestemte samfundsgrupper, særinteresser osv. kan være overrepræsenterede. Det har ikke været muligt at tage højde for disse eventuelle skævheder i sammensætningen af bidragsyderne, hvorfor vi ikke drager kvantitative eller statistiske konklusioner på baggrund af materialet. Ydermere er spørgsmålene på www.antennerneude.dk formuleret så åbent, at det i høj grad har været op til bidragsyderne selv at vurdere, hvad de har ønsket at kommentere, og der er derfor en stor variation i bidragenes indhold (se bilag 1 for de nøjagtige spørgsmålsformuleringer og svarkategorier).

Bidragsprocessen på www.antennerneude.dk kan derfor mest retvisende anskues som en åben, digital høringsproces, der som udgangspunkt må behandles kvalitativt. Interesserede mediebrugere har under relativt frie former fået mulighed for at komme med input, som de selv finder relevante for diskussionen om fremtidens danske medieindhold og medielandskab. Bidragene vil – som ved andre høringer – repræsentere et ikke-udtømmende udvalg af interessenter, og det forbliver naturligvis et politisk ansvar i den videre proces herefter at vurdere relevansen og vægten af bidragene og vores sammenfatning af disse.

Målet med denne sammenfatning er således ikke at drage medievidenskabelige konklusioner om den generelle medieudvikling, men derimod så præcist som muligt at videreformidle bidragsydernes ønsker og begrundelser. I bilag 2 indgår oplysninger om de samlede bidragsyders alder, køn og geografiske tilhørsforhold.

1.3 Bidragsproces og besvarelser

De bidrag, som vi behandler, er afgivet på websitet www.antennerneude.dk som svar på det overordnede spørgsmål: *“Hvad er dine ønsker til dansk medieindhold i fremtiden?”* Brugerne ledes efter dette spørgsmål igennem en kort spørgeguide (se bilag 1), hvor de opfordres til at begrunde deres svar. I alt har 2.273 personer påbegyndt spørgeguiden på sitet, hvoraf 1.982 har gennemført og afsluttet hele bidragsprocessen. Hver bidragsyder har haft mulighed for at afgive bidrag inden for forskellige indholdskategorier, og der er i alt blevet afgivet 3.726 bidrag (se bilag 2).

For at deltage i høringen på www.antennerneude.dk har bidragsyderne valgt en eller flere af i alt otte forskellige indholdskategorier; (1) Underholdning, (2) Nyhe-

der, aktualitet og debat, (3) Kultur, (4) Dokumentar, (5) For børn, (6) For unge, (7) Sport, (8) Andet. Disse kategorier er defineret ved hjælp af forskellige eksempler på specifikt medieindhold (se bilag 1). Herefter er bidragsyderne blevet bedt om at begrunde og uddybe deres valg ved at beskrive i et fritekstfelt, hvorfor netop denne kategori er ”*vigtig for fremtidens danske medielandskab*”.

Begrebet *medieindhold* er på www.antennerneude.dk beskrevet som “*alle de programmer og det indhold, vi ser i tv, hører i radioen, læser eller ser på nettet, læser i avisen, m.v.*” Bidragsyderne har derfor selv i høj grad besluttet, hvordan de ville afgrænse deres besvarelse, og hvilke typer indhold de har ønsket at kommentere. I sammenfatningen fokuserer vi primært på hvilke indholdstyper, genrer og emner, bidragsyderne har efterspurgt, og hvorfor.

1.3.1 Afgrænsninger

Vores fokus i denne sammenfatning er at identificere relevante og tydelige tendenser og temaer, der går igen i ønsker og begrundelser inden for de forskellige indholdskategorier. De overordnede analysespørgsmål i behandlingen af bidragene har været: 1) *hvilket medieindhold* ønsker bidragsyderne at se, høre, læse, bruge i fremtiden? og 2) *hvordan begrundes* disse ønsker? Med afsæt i generationskløften nævnt indledningsvis har det været et gennemgående fokus i vores analyse at undersøge forskelle og ligheder i bidragene fra de forskellige generationer af mediebrugere, der har deltaget.

Vores fokus på *medieindhold* betyder, at vi som hovedregel ikke har inddraget de relativt få ytringer om eksempelvis licens, hensigtsmæssigheden af medieinstitutioners geografiske placering og lignende mediepolitiske kommentarer.

Bidragsyderne er specifikt blevet bedt om at ytre og begrunde ønsker til *dansk* medieindhold. Vi beskriver derfor som udgangspunkt ikke ønsker til udenlandsk indhold, ligesom vi i vid udstrækning har set bort fra rene beskrivelser af bidragsydernes mediebrug.

1.3.2 Inddeling i aldersgrupper

Bidragsyderne er inddelt i fem aldersgrupper: 6-9 år, 10-18 år, 19-35 år, 36-69 år og 70+ år. Denne aldersinddeling tager udgangspunkt i en forudgående målgruppeanalyse og udspringer af ønsket om at undersøge forskelle og ligheder mellem de forskellige generationer af mediebrugere. Det er imidlertid ikke kun mellem aldersgrupper, at der er forskelle i mediebrug. Det er der også inden for de enkelte aldersgrupper. Eksempelvis vil der være store variationer inden for aldersgruppen 36-69 år. Uagtet dette knytter der sig nogle overordnede tendenser til hver aldersgruppe.

Gruppen af børn og unge i aldersgruppen 6-9 år og 10-18 år er kendetegnet ved at være digitalt "indfødte" - dvs. vokset op med computer, internet og adskillige digitale tjenester som en selvfølgelig del af hverdagen.

De 19-35-årige, de såkaldte *millennials*, udgør en mere fragmenteret gruppe, når det kommer til mediebrug. De bruger stadig "flow" tv og radio, men modtager i stigende grad også medieindhold "on demand" og gennem streamingtjenester.

De 36-69-årige er generelt store flow-tv-brugere, selvom brugen af streamingtjenester også vokser i denne gruppe.

Aldersgruppen 70+ har det største forbrug af flow-tv, men benytter sig også i stigende grad af internettet.

Størstedelen af besvarelsene falder inden for aldersgruppen 36-69 år (som da også er langt den største set på landsplan), mens gruppen af 6-9-årige, 10-18-årige, 19-35-årige og 70+ i sagens natur er mindre. Flere mænd end kvinder har bidraget til kampagnen, ligesom antallet af bidragsydere fra Region Hovedstaden er højere end fra de øvrige regioner (se bilag 2).

Igen er det vigtigt at bemærke, at fordelingen af bidragsydere inden for de forskellige aldersgrupper ikke skal ses som et forsøg på at opnå repræsentativitet. Fordelingen udgør snarere et værktøj til at diskutere, hvordan ønsker og tanker om medieindhold knytter sig til forskellige former for mediebrug.

1.4 Analysemetode

Som nævnt kan bidragene groft inddeles i to typer, der ofte overlapper;

- 1) *ønsker* – dvs. ytringer om, at indhold (programmer, genrer, emner osv.) er vigtige for fremtidens danske medielandskab eller for den enkelte mediebruger, og
- 2) *begrundelser* for og uddybninger af disse ønsker.

Både behandlingen af bidragene og formidlingen af dem i denne sammenfatning tager udgangspunkt i denne skelnen mellem ønsker og begrundelser. På baggrund af en grundig gennemlæsning af samtlige bidrag har vi sorteret bidragene efter, om de ønsker bestemte former for indhold, og/eller om de begrunder værdien eller betydningen af et indholdsønske (bidragene placerer sig ofte i begge kategorier). Derefter har vi sorteret bidragene fra hver indholdskategori efter fællestræk i både indholdsønsker og begrundelser. På denne baggrund er vi nået frem til nogle gennemgående tendenser og temaer i bidragene. Dette betyder ikke, at vi kan drage generaliserende konklusioner, men fremgangsmåden har gjort det muligt at identificere fællestræk i besvarelsene.

I den følgende sammenfatning præsenterer vi for hver enkelt medieindholdskategori først tre centrale tendenser i ønsker til medieindhold og derefter tre centrale temaer, der træder frem i begrundelserne. Disse ønsker og begrundelser er løbende illustreret af udvalgte citater, som vi finder eksemplariske for hver pointe. Af hensyn til læsevenligheden er disse citater i nogle tilfælde beskåret og rettet for korrektur. De fremhævede fællestræk i ønsker og begrundelser såvel som de udvalgte citater skal naturligvis ikke læses som en udtømmende fremstilling af *alle* de ønsker og holdninger, der kommer til udtryk i materialet. Hensigten har været at vise de mest gennemgående og tydelige tendenser og temaer, og ikke at fremhæve enkelte bidrag og forslag. Hvor det er muligt at identificere ligheder og forskelle mellem generationerne, har vi gjort særligt opmærksom på dette.

2 Underholdning

– fællesskab, adspredelse og udvikling

Dramaserier, satire og underholdningsshowes er vigtige for mange af de mediebrugere, der har bidraget til www.antennerneude.dk. En stor del af bidragsyderne mener, at underholdning skaber fællesskab i såvel familien som i samfundet. En del bruger desuden underholdende indhold til at slappe af, hygge sig – og nogle gange til at blive klogere. En stor andel af bidragsyderne på 10-18 år har bidraget inden for denne kategori.

2.1 Indholdsønsker

2.1.1 Dansk fiktion og dramaserier

De mediebrugere, der har bidraget til kategorien Underholdning, nævner oftest dansk produceret fiktion og dramaserier som eksempler på indhold, som de sætter pris på og gerne vil se i fremtiden.

“Dramaserier, som kan samle familien i weekenden. [...]” (70+ år)

“Er tosset med de danske dramaserier som 'Broen' og 'Forbrydelsen' og 'Borgen' [...]” (36-69 år)

“Jeg synes, at de store danske tv-kanaler DR1 og TV 2 laver nogle fanatiske tv-serier som 'Rita', 'Badehotellet', 'Forbrydelsen' osv. Den slags underholdning ville jeg gerne have mere af.” (19-35 år)

Denne tendens ses inden for alle aldersgrupper, og både unge og ældre nævner, at de oplever, at de store dramaserier kan samle både familier og nationen.

2.1.2 Satire og humor

Også ønsker om satire og humoristiske programmer går igen på tværs af aldersgrupper.

“Satire har sin helt egen stil i Danmark, og det er i den gennemtænkte satire, som f.eks. 'Ditte og Louise', 'Quizzen med Signe Molde' o.l. at vi får sat en finger på alt det bizarre, der foregår i den politiske verden. Det er et meget vigtigt værktøj til at tage emner op som f.eks. hverdagsracisme og -sexisme, selvcensur og ytringsfrihed o.l. Humor fanger også en langt større del af befolkningen. Hvis man ikke ser DR2 eller lytter til Radio 24Syv, ja,

så ser man måske en lille sjov video på Facebook. Man ser den fordi den er sjov, og den bagvedliggende diskussion sætter sig fast.” (19-35 år)

“[...] Satire er godt, man har brug for et rum til at være kritisk over for vores folkevalgte på en ordentlig, sober måde. [...]” (19-35 år)

“[...] Også dansk satire, som kan sætte tingene på spidsen politisk, er vigtige i public service-sammenhæng, da det ikke vil kunne produceres på kommercielle kanaler.” (36-69 år)

Ønsket om satire er mest udtalt i aldersgrupperne 19-35 og 36-69 år.

2.1.3 Reality og talentshows eller ej?

Mens ønsket om særligt drama og fiktion går igen på tværs af aldersgrupper, lader der til at være større uenighed om andre former for underholdning. Blandt aldersgrupperne 19-35 år, 36-69 år, 70+ mener mange bidragsydere f.eks., at underholdning i form af talentshows og realityprogrammer er en form for “tomme kalorier”:

“[...] 'X Factor', 'Familien fra Bryggen' og lignende er hovedsagelig ”tomme kalorier’ og kan sagtens undværes.” (36-69 år)

“[...] Talentprogrammer som 'X Factor' og lignende hører ikke hjemme på en public service-kanal. [...]” (19-35 år)

“[...] Jeg vil meget ønske, at vi i fremtiden kan slippe for diverse talentshows og realityserier.” (19-35 år)

Blandt de yngre bidragsydere (6-9 og 10-18 år) mener flere derimod, at både talentshows og realityprogrammer fortsat bør have en plads:

“Jeg vil gerne se mere af 'Familien fra Bryggen', 'The Next Step', 'Projekt mc2', 'Klassen', 'X Factor', 'Danmark har talent', 'Den store bagedyst', 'Isas Stepz'. Jeg vil ikke se mere af 'Bamse og Kylling', 'Gurli gris’.” (10-18 år)

“Jeg synes der skal være flere reality-programmer som 'Paradise Hotel' og 'Fristet' (hvor langt vil du gå). Det er super spændende, og noget alle aldersgrupper kan og vil følge med i.” (10-18 år)

Generelt lægger bidragene fra aldersgrupperne 6-9 år og 10-18 år vægt på, hvad de selv ønsker at se, og hvad der eksempelvis kan få dem til at tænde tv'et, mens bidragsyderne fra aldersgrupperne 19-35 år, 36-69 år og 70+ i højere grad argumenterer for, hvad de mener, at samfundet har brug for.

2.2 Begrundelser

2.2.1 Fællesskab og familietid

Det er et fremtrædende synspunkt på tværs af bidragsydernes alder, at underholdning er særligt egnet til at samle mennesker og skabe fællesskaber. Der er dog en forskel på aldersgruppernes forståelse af sammenhold og fællesskab. De unge i aldersgruppen 10-18 år lægger ofte vægt på, at underholdning er hyggeligt, fordi det samler og skaber fællesskab *i den nære familie*:

“[Jeg har valgt underholdning] fordi det er nogle gange noget også for børn og voksne f.eks. 'X Factor', og det er vigtigt, at man kan sidde og hygge sig uden det bli'r for voldeligt og for børnevenligt. Så det synes jeg, at vi skal ha' mere af i fremtiden.” (10-18 år)

“Jeg har valgt underholdning, fordi jeg føler mig mere som en familie, når jeg sidder og ser noget sammen med min familie. Det er både hyggeligt, og det kan være meget sjovt. Jeg ser også selv serier på Netflix, og det kan jeg bruge lang tid på, men det ser jeg for det meste alene.” (10-18 år)

“Jeg synes, at det er vigtigt at se noget underholdning, for det er altid hyggeligt at sidde sammen med familien foran tv'et med nogle søde sager. F.eks. kan man lave en tradition hvor hele familien skal samles til 'X Factor'-finale og heppe på deres favoritter, og imens får man en hyggelig aften ud af det.” (10-18 år).

Derimod lægger bidragsyderne i aldersgrupper 19-35 år og 36-69 år oftere vægt på, at underholdning kan skabe bredere fællesskaber mellem samfundets borgere:

“Jeg synes, det er vigtigt med underholdningsprogrammer, som samler os på tværs af aldersgrupper og andre barrierer. 'Mads og Monopolet' er et rigtig godt eksempel på et type program, hvor vi kan komme tættere på nogle fælles værdier uden nødvendigvis at tale om emner, der gør os mere fjender end venner. Underholdende tv/radio mm. giver os noget at tale om og grine af sammen.” (19-35 år)

”Dansk drama og dansk humor (satireudsendelserne) er med til at skabe sammenhængskraft i det danske samfund. [...]” (36-69 år).

“Humor er en vigtig del af den danske kultur, især vores ironi og selvironi er noget at holde af. Vi har så mange fælles referencer gennem danske satireprogrammer og komediefilm, at de binder os sammen på kryds og tværs af nationen, alder, køn, indkomst m.m. De gode danske dramaserier er også noget, der binder os sammen. Det er samtaleemnet om mandagen både i klasseværelset og på arbejdspladsen. [...]” (19-35 år).

Igen tager de yngre bidragsydere typisk udgangspunkt i deres egen hverdag og mediebrug, mens de ældre i højere grad forholder sig til mediernes rolle i samfundet.

2.2.2 Adspredelse og hygge

Mange bidragsydere på tværs af aldersgrupper lægger vægt på, at medierne bør give mulighed for adspredelse og dermed skabe et frirum fra seriøsitet og alvor. Flere bidragsydere beskriver adspredelse og underholdning som et menneskeligt behov:

”Vi har brug for nyheder og at lære noget, men vi har også brug for at have det lidt sjovt en gang imellem” (10-18 år)

”Underholdning er en del af det, vi mennesker har brug for til at slappe af, grine og blive inspireret. [...]” (70+ år).

“Så kan vi slå hjernen lidt fra og bare lade os underholde” (36-69 år)

Der er dog også en del bidragsydere, der peger på, at det ikke er nok, at underholdningsprogrammer bare underholder og adspredes, og argumenterer for, at der bør være en dybere mening med det medieindhold, der modtager offentlig støtte (se punkt 2.2.3 herunder).

2.2.3 Stof til eftertanke

Flere bidragsydere peger på, at der findes et særligt læringspotentialer i underholdning. Især drama, satire og underholdende vidensprogrammer fremhæves som indholdstyper, der kan spille en rolle for vores forståelse af hinanden, vores forståelse af samfundet og for kvaliteten af samfundsdebatten.

“Fordi underholdning er mere end bare underholdning. Det kan have kulturelt dannende dimensioner. Det kan formidle historie og politik på en interessant måde. Det kan være et indlæg i en aktuel debat. [...]” (19-35 år)

“Det er vigtigt at have underholdning, som også kan kædes sammen som public service. Som programmer som ’Hammerslag’, ’X Factor’ osv. For viden behøves ikke at være kedeligt. Underholdning er også det program, DRK lavede med de danske forskere, men var også et stor portion viden. Det er fedt, når der kan laves den slags.” (19-35 år)

“Især satire synes jeg er vigtigt. Se Michael Schøts nye ugetaler, de er en kæmpe succes fordi alt det lort politikerne lukker ud bliver oversat til hverdagsdansk. Hvis vi skal have et godt demokrati, skal alle vide, hvad de går ind til.” (10-18 år).

Denne pointe om underholdningsindholdets læringspotentialer udgør endnu et fællestræk på tværs af generationerne.

3 Nyheder, aktualitet og debat

- demokratisk dannelse, oplysning og troværdighed

Nyhederne skal ifølge mange bidragsydere både give det hurtige overblik og de dybere baggrunde og perspektiver på udviklingen lokalt, nationalt og internationalt. Demokratisk dannelse, oplysning og neutralitet er nøgleord i besvarelsene inden for denne kategori, og flere lægger vægt på, at troværdige nyhedsmedier kan hjælpe mediebrugerne med at navigere i internettets informationshav. Særligt bidragsydere i aldersgrupperne 19-35 år, 36-69 år og 70+ år har bidraget til kategorien.

3.1 Indholdsønsker

3.1.1 Overblik og aktuel information

Mange bidragsydere efterspørger troværdige nyhedskilder, som udvælger de vigtigste informationer og følger med i aktuelle begivenheder.

“Nyheder og overblik er vigtigt for mig. Jeg vil være up to date uden at skulle bruge tid på selv at skulle navigere rundt og finde nyhedshistorier. Jeg vil stadig gerne kunne tænde for ’TV Avisen’ og kunne bruge den som min primære nyhedskilde og kunne stole på, at jeg så er opdateret. [...]” (36-69 år)

“Jeg ser danske nyheder f.eks. ’TV Avisen’ og TV 2 News. Jeg vil gerne have det danske perspektiv på nyhederne. Og jeg vil gerne have en kanal, der altid er opdateret. Hvis der sker et terrorangreb. Men det er irriterende, at News f.eks. sender nyheder i ring. [...]” (36-69 år)

Flere af bidragsyderne efterlyser en DR-kanal svarende til TV 2 News, hvor der kun er nyhedsstof.

3.1.2 Den dybe baggrund

Mange af bidragsyderne efterlyser dybdegående journalistik, der går bag om nyhederne og kan nuancere debatten.

“Der er brug for dybdeborende nyheder, hvor der også gives tid til at nå til bunds i komplicerede sager. En vigtig modpol til alle de hurtige og mere og mere clickbait-agtige nyheder.” (19-35 år).

“Jeg savner, at der er fagjournalister, der fortæller os om konsekvenserne bag nyhedsstrømmen. Nyhederne er p.t. alt for overfladiske og ikke nuancerede.” (36-69 år)

“Nyheder er fint, men om det lige er her og nu er for mig underordnet (tomgang i form af gisninger kan udelades). Derimod er baggrundsstof og dybde meget vigtigt! ‘Deadline’ er et godt eksempel (det kommer bare for sent), men til gengæld savner jeg ‘DR2 Morgen’, som Ulrik Haagerup nedlagde, idet han af en eller anden grund mente, at folk hellere vil have ‘bevidstløs’ nyhedsstrøm! Debatprogrammer ser jeg gerne, hvis folk får lov til at tale ud, og man ikke taler hurtigere, end man tænker!” (36-69 år)

Det er en gennemgående tendens i bidragene i kategorien Nyheder, aktualitet og debat, at bidragsyderne efterspørger en balance mellem de hurtige “breaking news” og den mere grundige baggrundsorientering.

3.1.3 Det lokale, nationale og globale

Flere bidragsydere forholder sig til forholdet mellem indenrigs- og udenrigsstof i nyhederne. Nogle ønsker primært nyheder fra Danmark, mens andre foretrækker flere internationale nyheder. En del efterspørger det regionale og lokale perspektiv:

“Jeg vil gerne se nyheder fra det lokale da det dejligt og informativt at følge med i, hvad der sker i nærområdet, men også fra det store udland” (36-69 år)

“Oplysninger om, hvad der sker i lokalområder, nationalt og internationalt er vigtige!!! Nyheder skal være tilgængelige for alle på alle platforme.” (19-35 år)

”Det er vigtigt at have en indsigt i, hvad der sker omkring en, både lokalt, på landsplan og verdensplan.” (36-69 år)

Helt specifikt efterlyser flere af bidragsyderne mere information og nyhedsstof specifikt om EU, og flere ønsker også mere fokus på erhverv og business i tv.

3.2 Begrundelser

3.2.1 Oplysning og demokratisk dannelse

De mest gennemgående begrundelser i bidragene inden for Nyheder, aktualitet og debat, er, at et demokratisk samfund er afhængigt af velinformerede borgere, der er i stand til at træffe beslutninger på et oplyst grundlag. På tværs af aldersgrupper mener mange bidragsydere, at folkeoplysning er et af de vigtigste formål med medierne:

“Jeg synes, det er afgørende vigtigt, at de fælles medier varetager folkeoplysningen - og stiller medieflade til rådighed for oplysning debat etc. [...]” (36-69 år).

“Nyheder og aktualitet er vigtigt for et velfungerende demokrati. Det er på den måde, at man sikrer en oplyst befolkning, og dermed vælgernes bedst mulige forudsætninger for at tage det rigtige valg i stemmeboksen. Nyheder for unge er derfor lige så vigtigt, da det handler om den næste generation. Dem som skal bringe Danmark videre. Vi er nødt til at sikre, at både kommende vælgere og kommende opstillede ved valg er up to date med, hvad der sker i verden. Ikke kun i reality-programmer, men også om konflikter i Mellemøsten, væsentlige politiske udspil og aftaler, valgkampe i udlandet etc.” (10-18 år)

[...] Jeg har, danskerne har brug for public service, vi kan stole på! Jeg er bekymret for, hvordan nyhederne når ud til unge mennesker på deres platforme, således at der er en fælles referenceramme generationerne imellem. Hvordan sikrer man sig mod falske nyheder? Medier skal bidrage til og udvikle demokratiet, som hverken er en stationær eller selvfølgelig størrelse. [...] (36-70 år)

Bekymringer over manipuleret og holdningspræget information går igen i mange af besvarelserne, og flere bidragsydere mener, at udviklingen på internettet øger behovet for at sikre troværdig og seriøs journalistik (se også nedenfor under punkt 3.2.2 og 3.2.3).

3.2.2 Neutralitet og uafhængighed

Mange bidragsydere lægger stor vægt på, at nyhedsformidlingen er neutral og ufarvet af særinteresser og -hensyn.

“For mig er det helt afgørende, at nyhedsdækningen er så neutral som mulig, dvs. uden politisk indblanding eller med nogen form for økonomiske interesser i ryggen.” [...] (36-69 år)

“Objektivitet i nyhedsformidling er en selvfølge. Kommercielle eller partipolitiske interesser frabedes.” (36-69 år)

“Det er vigtigt at have mulighed for at lade sig opdatere og informere om aktuelle hændelser og emner til debat andre steder end på SoMe-platforme. Den klassiske journalistik, der tilstræber objektivitet og faktatjek i videst muligt omfang, udgør et vigtigt tilbud om en relativ balance i nyhedsbilledet og debatformen.” [...] (36-69 år).

For at sikre denne neutralitet understreger mange, at det er vigtigt, at nyhedsmedierne er uafhængige af økonomiske og politiske interesser.

“Dette er nok den vigtigste kategori. I en tid med fake news og meget biased nyhedsformidling fra udenlandske kommercielle udbydere af nyhedsformidling er det vigtigere end nogensinde at have frie og uafhængige nyhedsmedier.” (36-69 år)

Der er dog forskel på, hvordan bidragsyderne mener, at denne uafhængighed bedst understøttes. En del argumenterer for, at den bedste måde at undgå, at særinteresser spiller ind på nyhedsformidlingen, er at have offentligt finansierede medier, der ikke er afhængige af kommercielle interesser.

“Kvalitet og neutralitet er vigtigt. Det er der ingen garanti for, når et medie skal tjene penge.” (36-69 år).

“Jeg vil gerne have nyhedsmedier, der er så objektive som muligt, og som ikke skal varetage økonomiske interesser. Jeg er stor tilhænger af et stærkt DR som pt. stadig har mulighed for at dække nicheområder. Jeg frygter, at nedskæringer inden for public service kan betyde, at vi kun ser det, som flertallet vil se, og så kan det måske gå op i hat og briller.” (19-35 år).

Andre ser derimod den fri konkurrence mellem forskellige medievirksomheder som det vigtigste værn imod ensidighed.

“DR og TV 2's journalister lever i den vildfarelse, at de leverer objektiv nyhedsformidling – det findes ikke. Ved udvælgelsen af, hvilke nyheder man bringer, vinklingen af historien, hvilke fakta man medtager osv. foretages valg, som bestemmes af ens personlige holdninger. Kun ved at afsenderen vedstår sig sit politiske ståsted som f.eks. Politiken, Berlingske, Mogensen og Kristiansen på TV 2 eller de glimrende politiske magasiner på Radio 24Syv, kan man som borger opnå en nuanceret nyhedsdækning. Det, journalisterne bedriver på DR og TV 2, er hovedsageligt propaganda for velfærdsstaten og har intet med public service eller nyhedsdækning at gøre.” (36-69 år).

“Fordi det er vigtigt at have en bred nyhedsdækning. Selvom man hører meget om 'fake news', og at nyhedsdækningen nogle gange er overvældende, overdrevet og i nogle tilfælde usmagelig, er alternativet meget værre. Vi

har brug for en bred vifte af nyhedsmedier, fordi de kan være med til at kontrollere dem, der har magt, og kontrollere hinanden.” (19-35 år)

Selvom der kan spores nogen uenighed om balancen mellem de forskellige typer nyhedsmedier, er der dog generelt opbakning til de etablerede nyhedsinstitutioner som DR, TV 2 og dagbladene i forhold til at sikre upartisk nyhedsindhold.

3.2.3 Troværdige medieplatforme

“Fake news”, “filterbobler” og “ekkokamre” nævnes i flere bidrag som trusler mod den generelle folkeoplysning, og professionel journalistik beskrives som et vigtigt værn mod udviklingen.

“I en verden med så mange fake news og filtrerede nyhedsfeeds er det vigtigt for mig, at der findes steder jeg kan gå hen og læse nyheder skrevet af journalister og medier, jeg stoler på.” (36-69 år)

“Jeg vil gerne være sikker på, at jeg et eller flere steder kan få ’oplysninger om samfundet’, som jeg kan stole på, er velunderbyggede og tilstræbt så upartiske som overhovedet muligt. Samtidig vil jeg gerne have, at dygtige, vidende formidlere har sorteret og udvalgt de nyheder, der er vigtigst for mig at få.” (36-69 år)

“Vigtigt med et højt vidensniveau, så man undgår debat som f.eks. i USA - fake nyheder - jeg elsker vores seriøse journalister i DK - dem skal vi sætte pris på - betale for god journalistik - derfor holder jeg også stadig avis” (36-69 år).

Flere af bidragsyderne mener, at det er vigtigt at have stærke nyheds- og informationskanaler, der kan udvælge, redigere og præsentere de vigtigste nyheder og hjælpe den enkelte mediebruger med at navigere i de mange informationer, der er tilgængelige på internettet.

4 Kultur

- transmissioner, identitet og orientering

Flere transmissioner af f.eks. koncerter, skuespil og opera fra de store danske kulturinstitutioner er et gennemgående ønske i kulturkategorien. Flere ønsker i det hele taget en opprioritering af både den klassiske og den rytmiske, folkelige musik i medierne. Kulturindhold er vigtigt for bidragsyderne, fordi det kan gøre os klogere på både egne og andres livsformer. Mange bidragsydere mener desuden, at kulturindhold er vigtigt, fordi det kan orientere om kulturelle tilbud og aktiviteter landet over. Aldersgruppen 70+ har bidraget forholdsmæssigt meget til denne kategori.

4.1 Indholdsønsker

4.1.1 Transmissioner fra kulturinstitutionerne

Et fremtrædende indholdsønske på tværs af de forskellige generationer af bidragsydere i kulturkategorien kan sammenfattes under nøgleordet *transmission*. Mange bidragsydere i kulturkategorien ønsker sig flere tv- og radio-, eller webtransmissioner fra landets teatre, operascener og koncertsale. Det opleves af bidragsyderne som ærgerligt, at kulturinstitutioner, der af mange betragtes som nationalt fælles-eje, er svært tilgængelige for beboerne uden for hovedstaden.

“Det kunne være rart, at vi langt ovre vest fra også en gang imellem fik lov til at se et teaterstykke fra Det Kongelige Teater. Vi betaler trods alt alle sammen til det.” (36-69 år)

“Det er ikke lige så godt som at være der selv, men jeg så gerne flere udsendelser af koncerter og teaterforestillinger.” (19-35 år)

“Jeg undrer mig over, at Den Kongelige Opera og Den Jyske Opera ikke transmitterer forestillingerne på 'The European Opera Platform'. Det gør mange kendte operahuse i Europa f.eks. fra Norge, Sverige, Tyskland og øvrige lande i EU. Oven i købet fra flere operahuse i en hel del af landene.” (70+ år)

Det er en gennemgående tendens, at bidragsyderne ønsker, at medierne i højere grad beskæftiger sig med kultur fra hele landet og ikke kun hovedstadsområdet.

4.1.2 Klassiske kunstarter

Mange særligt af bidragsyderne i aldersgrupperne 35-69 år og 70+ år efterspørger mere klassisk musik, opera og ballet i medierne. Flere oplever, at den klassiske musik er blevet fortrængt af pop og taleradio.

“Dansk kulturliv er der alt for lidt af – hele det klassiske musikliv – opera – musical mangler – savner en radiokanal, der blander genrer, så man bliver overrasket/udfordret.” (36-69 år)

“Vi mangler klassisk musik!!! Alle kanaler, både på tv og i radio tager mest hensyn til populærmusik.” (36-69 år)

“[...] Jeg ved, der i DK er et stort uindfriet behov (især måske for de modne generationer) for meget mere musik i den klassiske genre i dennes forunderlige verden. Tidligere medieforlig, især for FM båndet, favoriserede, ja nærmest tyranniserede alle programmer med meget tale og snak og en glide ungdommelig forarmning af deres modersmål. Alt for mange med den såkaldte 'moderne rytmiske musik' program efter program. På kun 1 program kunne man undertiden, og mest om natten, lytte til klassisk musik, som jo er hele verdens musiske kulturarv. [...] Gamle operetter, klassisk let og nynnepul musik, vil kunne gøre stor glæde i mange tusinde hjem.” (70+ år)

Flere bidragsydere efterspørger i den forbindelse en styrkelse af DR P2 og opfordrer medierne til at se mod nabolandene for inspiration.

4.1.3 Mangfoldigt musikudbud

Ud over de mange bidrag, der efterspørger mere klassisk musik – og ofte *mindre* rytmisk eller populær musik – er der også en række bidrag, der generelt efterspørger mere musik i medierne. Mens nogle specifikt ønsker sig mere jazz, beat eller dansktop, efterlyser andre et bredere udvalg af forskellige musikgenrer.

“Radiokanalerne burde rumme meget mere bred musik og musikformidling. Den lille kanal P8 Jazz gør et fantastisk arbejde for at spille og formidle jazz på alle mulige måder - det kunne danne skole for mange andre genrer. Det ville være bedre end P3 og de kommercielle kanalers playliste-tyranni, hvor de samme ti sange kører i fast rotation.” (19-35 år)

“Folke-, roots- og verdensmusik, bl.a. fordi det styrker forståelsen for, hvor meget vi i vores vidunderlige forskellighed ligner hinanden, og fordi det viser, at vi har meget at være stolte af, og at vi dermed har råd til også at åbne op for det anderledes fra andre kulturer og verdener. Lige nu kan man stort set kun høre dansk og vestlig musik på f.eks. DRs radiokanaler. For ikke at tale om tv. Hvornår har der sidst været et magasinprogram med dansk og international folke-, roots-, og verdensmusik på tv? Mange år siden.” (36-69 år)

“Kultur er vigtig, men et af de bedste programmer i den retning og som er af ægte folkelig art, er Dansktoppen. Vi mangler et radioprogram, eller gerne en hel kanal, der sender over hele landet, med dansktopmusik som omdrejningspunkt, men det skal også være en kanal, hvor det er tilladt at spille ALLE typer af musik og blande det, så der er noget for alle og et sted, hvor Dansktopkunstnere, gamle som nye kan præsentere deres nyeste musik, krydret med alt muligt andet.” (36-69 år)

Flere bidrag efterspørger generelt formidling af mere folkelig og mindre elitær kultur.

4.2 Begrundelser

4.2.1 Indblik i egne livsformer

Inden for kulturkategorien har mange bidragsydere skrevet om deres ønsker til kunstformer som for eksempel teater, musik, film, m.v. Men flere bidragsydere opfatter kulturbegrebet bredere og efterspørger medieindhold om forskellige *livsformer*. Det er et udbredt ønske på tværs af generationerne, at kulturindhold skal give en form for indblik, der gør os klogere på os selv og medvirker til at skabe en robust identitet:

“[...] Kultur er et bærende element i vores samfund, og i en mere og mere globaliseret verden er det vigtigt, at vi holder fast ved den danske kultur. Hermed vil vi som borgere være mere og bedre rustet til at møde den fremtid, der kommer imod os, så vi kan handle og fortolke på et oplyst grundlag, og med en referenceramme, der er grundlaget for det danske samfund.” (36-69 år)

“Det er vigtigt at værne om den danske kultur og sende programmer, der minder os om, hvad dansk kultur er. Hvis ikke vi værner om vores kultur, mister vi måske vores identitet, og hvad det indebærer at være dansk. Der skal værnes mest om de programmer, der ikke vil kunne klare sig på kommercielt tv.” (19-35 år)

“Kulturprogrammer er vigtige, når vi diskuterer hvilke værdier og normer, som er vigtige i det danske samfund nu, og hvilke værdier og normer som er vigtige fremover. Derfor er det vigtigt, at kulturstoffet er centralt og kan ses af alle. [...]” (36-69 år)

Bidragsydere inden for alle aldersgrupper nævner, at både nutidige og historiske perspektiver på samfund og kultur er vigtige.

4.2.2 Udblik mod andre livsformer

En del bidragsydere mener som nævnt, at kulturelt indhold om egne livsformer spiller en vigtig rolle for selvforståelsen. Men flere udtrykker også et ønske om at få indblik i andre, mere fremmede, livsformer – både inden for og uden for landets grænser. Begrundelsen er, at denne type indhold kan skabe et større perspektiv og en udvidet forståelsesramme for andre menneskers normer og værdier.

“Jeg synes, det ville være dejligt, hvis man fik lært om de forskellige kulturer, som finder sted. Hovedsageligt kulturer i Danmark, men kulturer af grupper/mennesker, som har en stor indflydelse, bliver omtalt meget i landet eller er svære at undgå, ville også være en god idé at lære noget om. [...] Ved at man får lært om disse personers/grupperes kultur, så kan det være, at man slipper for at være snæversynet, og derudover bliver man måske også mere tolerant samt forstående over for andre personer/grupper, som måske ikke lige netop deler/har præcis de samme tanker/værdier som en selv. FÅ EN ENDE PÅ FORDOMME OM HINANDEN PÅ ALLE PUNKTER! :-)” (19-35 år)

“Jeg synes, at det er vigtigt, at man for unge laver kulturprogrammer, som lærer børn/unge om andre kulturer, men på en måde som ikke er kedelig eller kliché, for jeg er meget træt af sådan nogle programmer [...]” (10-18 år)

“Vi har brug for at blive mere kulturelt beriget indenfor disse emner/kulturer, så vi kan få nedbrudt fordomme: islam, LGBT, diagnoser.” (19-35 år).

Flere af bidragsyderne ønsker specifikt mere fokus på religion og tro – både i et nationalt perspektiv om f.eks. kristendommen og folkekirken, men også om andre religioner, trosretninger og traditioner.

4.2.3 Orientering om aktuelle kulturtilbud

En tredje fremtrædende pointe i begrundelserne inden for kulturkategorien kan sammenfattes med begreberne *aktualitet* og *orientering*. En del bidragsydere i kulturkategorien anser kulturindhold for at være vigtigt, fordi det kan orientere om tidens kulturelle tilbud og trends – gerne i hele landet. Indhold som f.eks. anmeldelser og analyser af værker kan være med til at skabe denne orientering:

“P1 eftermiddag giver mig oplevelser, jeg ikke vidste, jeg gerne ville have. Det er der, jeg både hører anmeldelser af nye film og udstillinger/kulturoplevelser, jeg ikke vidste fandtes. Jeg synes, de er gode til at komme ud i landet og trækker på kulturfolk fra hele landet til at levere indhold. [...]” (36-69 år)

“Det er rart at læse om i medierne, da man jo ikke fysisk kan være over hele landet, men derfor er det godt at vide, hvad der sker i det kulturelle liv

og i vore nabolande. Der er ikke langt til Schleswig-Holsten med Hamborg eller området ved Malmø i Sverige.” (36-69 år)

“[...] Jeg elsker selv kultur, men da jeg er studerende, er pengene ikke ligefrem store, og det kan derfor være svært at overskue den kulturelle scene i Danmark, når man samtidigt skal tage højde for pris. Jeg er vild med arrangementer som Kulturnatten, men et større omfang af kulturelle begivenheder, og en bedre gennemsigtighed ift. kulturelle arrangementer, begivenheder og seværdigheder, føler jeg ville gavne danskerne og deres kulturinteresse.” (10-18 år)

Nogle bidragsydere efterspørger faste kulturnyheder svarende til sportsnyhederne eller vejret.

5 Dokumentar

- indsigt, forståelse og fordybelse

Mange bidragsydere værdsætter dokumentarer om natur, historie og sociale forhold. Dokumentargenren kan ifølge bidragsyderne være et vindue ind til andre kulturer og livsformer og skabe forståelse mellem mennesker. Besvarelsene fremhæver også undersøgende og kritiske dokumentarer, der kan skabe debat, og fængende fortællinger, der på én gang kan underholde og oplyse.

5.1 Indholdsønsker

5.1.1 Naturprogrammer

Mange bidragsydere efterspørger dokumentarer, der giver viden om naturen og formidler naturoplevelser.

“Ikke miljø og bæredygtighed, men NATUR. Det behøver ikke være dyrebil- leder af BBC'ske dimensioner, men relevant vidensformidling, gerne med en kant, om naturen, naturhistorien og mennesket som art.” (36-69 år)

Særligt de unge bidragsydere på 10-18 år fremhæver dokumentarer om dyr og natur:

“Flere programmer om dyr. Jeg er meget glad for dyr, og alle i min familie (undtagen min lillesøster) bliver også fanget af det. Jeg synes der skal være flere, da man rent faktisk lærer noget af det, og det er spændende.” (10-18 år)

“For så kan folk se noget om dyr og natur, og hvordan dyr i naturen har det, og så kan det være at folk stopper med at forurene” (10-18 år)

Inden for kategorien Andet er der også en lang række bidrag, der efterspørger medieindhold om naturen og miljøet (se afsnit 9.1.1).

5.1.2 Historie og kultur

På tværs af aldersgrupper efterspørger flere bidragsydere også historiske dokumentarer:

“Formidling af den danske historie. Formidling af begivenheder i verdenshistorien.” (36-69 år)

“[...] Kunne godt tænke mig nogle historieprogrammer (måske lidt historie freak) om romere og 1800-tallet” (10-18 år)

Mange nævner i den forbindelse DR-serien ”Historien om Danmark” som et eksempel på god historiefrembringelse.

5.1.3 Samfundsforhold og sociale problemer

Dokumentarer, der sætter fokus på menneskeskæbner eller sociale forhold, er også populære blandt bidragsyderne:

“Jeg kan godt lide dokumentarer som fordyber sig i andre menneskers liv, især dem der er 'underlige' eller udstødt af samfund. [...]” (19-35 år)

“Gode danske dokumentarer som 'Er du mors lille dreng', 'De brændte børn', 'Prinsesserne fra Vestegnen' (eller noget i den stil) og andre dokumentarer i den stil, er vigtige, da de rejser debat om dilemmaer og tabuer som lever vildt i dagens Danmark. Det er en måde for folk at lære nyt om emnet, åbne deres øjne og bryde fordomme.” (19-35 år)

“Jeg kan ikke understrege nok, hvor vigtig dokumentarer om de forskellige befolkningsgrupper i vores samfund er. Vi skal oplyses om hinandens forhold og vilkår, så vi bedre forstår hinanden, det styrker vores demokrati. DR har lavet mange fremragende socialrealistiske programmer!” (36-69 år)

Også de mere journalistiske, afslørende og kritiske dokumentarer efterlyses af flere bidragsydere:

“Dokumentarudsendelser kan medvirke til, at en større del af befolkningen får indblik i problemstillinger, som magthavere, erhverv eller organisationer ønsker skjult for offentligheden. Derfor flere af dem.” (36-69 år)

“Afdækker ofte ukendte problemer i samfundet, det er vigtigt, og de afdækninger danner ofte grundlag for debatten i andre medier.” (19-35 år)

“Dokumentaren kan som intet andet give os udefrakommende et indblik i forskellige situationer og virkeligheder. Den kan sætte emner under lup, afsløre ting, der kan få den offentlige debat til at vende på en tallerken, og derfor nogle gange sætte initiativ til ny lovgivning på forskellige områder.” (10-18 år)

Mange bidragsydere argumenterer for, at dokumentarer er en vigtig kilde til oplysning og til at sætte gang i debatten.

5.2 Begrundelser

5.2.1 Indsigt og forståelse

Flere bidragsydere lægger vægt på, at dokumentargenren har en særlig evne til at skabe forståelse mellem mennesker og kulturer.

“Det er spændende at kunne se andres liv, kultur og religion mm. Så vi kan forstå dem.” (10-18 år)

”For at vi kan indleve os i andre mennesker, skal vi møde dem, tæt på. Det kan dokumentaren, når den er bedst. [...]” (70+ år)

“Jeg mener, at dokumentarprogrammer og dokumentarserier er vigtige, fordi de hjælper os med at forstå vores samfund og hinanden. De er med til at gøre forståelsen større og afstanden mellem både generationer og samfundsklasser mindre. De hjælper med at skabe en offentlig debat, så problemer kan blive belyst og løst” (19-35 år).

De indsigter, som dokumentarerer kan give, kan ifølge flere af bidragsyderne være med til at nuancere samfundsdebatten og sætte vigtige samtaler i gang.

“Dokumentarerer er, som med nyheder, vigtige, da man kan følge en eller flere personer mere dybdegående, og det kan skabe en sund samfundsdebat om, hvad der er rigtig og forkert, samt give et bedre billede af, hvilken retning vi bevæger os, og hvordan vi ønsker samfundet skal formes fremadrettet.” (19-35 år)

“De tunge emner eller skæve eksistenser, som vi møder i danskproducerede dokumentarerer, er ofte noget af det, der sætter flest snakke i gang over frokostbordet. Det er vigtige snakke. Og så er det ofte spændende at få lov at være fluen på væggen i en kontekst og et miljø, hvor man ikke selv har adgang.” (19-35 år).

Flere bidragsydere nævner TV 2-dokumentaren ”Er du mors lille dreng?” som eksempel på en udsendelse, der både giver indblik i en menneskeskæbne og sætter problemer til debat.

5.2.2 Tid og nuancer

En anden styrke ved dokumentargenren er ifølge flere bidragsydere, at den i modsætning til f.eks. de hurtige nyheder typisk giver sig tid til at komme i dybden med emnerne.

“Jeg synes, det er vigtigt at grave dybere i nyheder og lignende, end hvad 30 sekunder i nyhederne kan klare. Jeg synes for eksempel ’Jægerpiloterne’

var meget spændende, og det var rart at høre piloternes tanker omkring det, de laver. [...]” (36-69 år)

“Det er dybdegående, og ikke formidling i overskrifter. Man får sammenhængen med, når man ser en dokumentar. Det er vigtigt, at medierne også går dybdegående til værks, og sammenfatter, når der er et overblik. Ellers bliver alt det vigtige skyllet væk med den enorme strøm af information, som flyder hele tiden.” (19-35 år)

“I dokumentargenren har man mulighed for at gå i dybden med nogle virkelig vigtige historier og folde dem ud og være ambitiøs med historien, så man yder den retfærdighed.” (36-69 år).

Dokumentarens muligheder for at gøre mere ud af historien og fortælleformen går igen i en lang række besvarelser.

5.2.3 Gode fortællinger

Det særlige ved dokumentargenren er ifølge flere bidragsydere, at den på én gang er fængende og underholdende og samtidig oplysende:

“Jeg bruger dokumentarer som underholdning, frem for deciderede underholdningsprogrammer, fordi jeg synes det giver mig meget mere at lære noget/få viden om noget, serveret på en let tilgængelig måde, end bare ren underholdning. Jeg kunne godt tænke mig mange flere radiopodcast som dokumentar.” (36-69 år).

“Dokumentar kan fortælle os virkelige historier, men med en fortællers teknik, så vi kommer endnu tættere på, end hvis vi bare hører fakta-versionen af den samme historie i f.eks. 'Radioavisen'. [...]” (19-35 år)

“Jeg holder af dokumentarfilm, der i sig selv er kunstværker og derfor delvist fiktive, men som også fortæller en vigtig historie. Det gør ikke noget, at instruktøren har været meget indover for at skabe en vild filmoplevelse, så længe beskueren føler sig beriget - om det så er i sit syn på samfundet, personligt som menneske eller har fået større viden.” (10-18 år)

Flere bidragsydere nævner Third Ears podcasts som eksempel på denne type af fortællende radiodokumentar.

6 For børn

- kvalitetsindhold for hele familien

Bidragyderne inden for aldersgrupperne 6-9 år og 10-18 år er typisk meget specifikke i deres ønsker til børneindhold, men er overvejende enige om, at det både skal vises i tv og være tilgængeligt på nettet. De voksnes besvarelser i kategorien lægger i høj grad vægt på kvaliteten og på, at der bliver sat trykke rammer for børnenes medieforbrug. De sætter også pris på at kunne dele underholdende og lærerige oplevelser med børnene.

6.1 Indholdsønsker

6.1.1 Både på tv og net

De 6-9-årige, der har bidraget på www.antennerneude.dk, har – ikke overraskende – primært bidraget til denne kategori. Deres besvarelser er gennemgående mindre argumenterende end de voksnes, og disse bidragydere efterspørger typisk helt specifikke programmer:

“Jeg kan godt lide 'Bamse og Kylling' og 'Sofie Linde show' og 'Pendlerkids' og 'Oline' og 'Ultra News' og 'Kids News'.” (6-9 år)

“Der behøver ikke at være 'Bamse og Kylling'. Det er godt med 'Gumball', 'Pendlerkids', 'Klassen', 'Projekt Mc2', 'Sam & Cat', 'Victorious', 'The Next Step', 'Store Nørd'. Jeg vil gerne se det på PC, TV, iPad”. (6-9 år)

“Jeg vil gerne se 'Scooby Doo', 'Jessie', 'Den store bagedyst', 'Project Mc2', 'Familien Thunderman', 'Sam & Cat', 'Icarly', 'Store Nørd', 'Klassen'. På Ultra.” (6-9 år)

Det er vanskeligt at udlede nogle overordnede tendenser i disse ønsker, men fælles for mange af bidragyderne fra 6-9 år og 10-18 år er, at de både ønsker at modtage indholdet gennem traditionelt tv og streaming (via computer, tablet, telefon, spillekonsol osv.).

6.1.2 DRs børne fjernsyn

Mange besvarelser nævner programmer fra DRs kanaler, Ramasjang og Ultra, som også de voksne bidragsydere ofte fremhæver som eksempler på godt medieindhold til børn:

“Børnebørnene har stor glæde af Ramasjang. DR har altid været god til at lave gode børneudsendelser. Bliv ved med det.” (36-69 år)

“Ramasjang er genialt. Både underholdning og udviklende for børn. Især 'Hr. Skæg', 'Lille Nørd', 'Motor Mille', 'Cirkus Summarum', 'Bamse' osv. 'Onkel Reje' er sgu også sjov. Tegnefilm som 'Peter Kanin' og 'Friends' hiter også hos os.” (36-69 år.)

“Der er så meget dårligt tv for børn på de udenlandske kommercielle tv-kanaler. Børn fortjener den kvalitet, som DR har været garant for i generationer.” (36-69 år)

Også bidragsyderne i aldersgrupperne 6-9 år og 10-18 år nævner ofte programmer, der vises på DRs børnekanaler.

6.1.3 Nyheder i børnehøjde

Mange bidragsydere fremhæver nyhedsprogrammet Ultra Nyt, børneavisen Kids News og Weekendavisens børnetillæg, ”Faktisk”, og flere (voksne) bidragsydere efterspørger generelt nyheder i børnehøjde:

“Synes det er fantastisk i en verden, hvor nyheder flyver om ørene på de små, både rigtige og forkerte, at de får de rigtige nyheder fortalt på en måde, hvor de kan forstå det og ikke bliver bange. Derfor synes jeg, at 'Kids News' (bør have mere økonomisk støtte så det ikke er så dyrt, flere kan læse det) og 'Ultra Nyt' eksisterer, det er noget af det bedste, der er sket. [...]” (36-69 år)

“Min datter ser Ultra som det eneste. 'Ultra Nyt' giver hende en masse at tale om.” (36-69 år)

“Programmet 'Ultra Nyt' er rigtig godt for de lidt større børn. De får reelle nyheder og ikke bare fra mund-til-mund, som kan sprede unødvendig frygt og uvidenhed. [...] (19-35 år)

Også flere af de helt unge bidragsydere i aldersgruppen 6-9 år og 10-18 år skriver, at de ser eller ønsker mere ”Ultra Nyt”.

6.2 Begrundelser

6.2.1 Kvalitet og pædagogik

En række besvarelser - særligt fra voksne bidragsydere i aldersgrupperne 19-35 år, 36-69 år og 70+ år - argumenterer for, at det er nødvendigt at sikre, at medieindholdet til børn har en høj kvalitet og er produceret med et højere formål end at tjene penge:

“Programmer som ikke er for kommercielle. Bruger pædagogik og sund omtanke. Ramasjang er godt.” (36-69 år)

“[...] Vi behøver ikke længere de udenlandske børnekanaler, der er fulde af reklamer og nøje kalkuleret indhold, som man kan købe legetøjet til. Dansk sprog, humor. Med ægte børn, ægte følelser. [...]” (36-69 år)

“Siden 60'erne er der blevet produceret nyskabende og grænseoverskridende børne-tv med en meget høj kvalitetsmæssig barre. Dette er i den grad vigtigt at blive ved med (f.eks. 'Onkel Reje'), da den skævhed aldrig vil blive produceret af de kommercielle udbydere. Der er så voldsomt meget dårligt og ekstremt kønsmæssigt stereotyp produceret børneunderholdning på de kommercielle platforme, at det er vigtigt, at børn også får serveret andet indhold. [...]” (36-69 år)

Flere bidragsydere fremhæver det danske public service-indhold som et vigtigt alternativ til YouTube, Netflix og sociale medier:

“Børn skal have adgang til ordenligt produceret børne-tv, så de ikke kun skal fordømmes med YouTube og Netflix.” (19-35 år)

“Public service for børn er alt andet lige dansk produceret og ikke den evindelige strøm af udenlandske film og serier. DR har en stor forpligtigelse til at være et modstykke til børns store forbrug af Facebook og de øvrige sociale medier. Succeskriteriet må være at blive brugt og diskuteret på højde med de sociale medier.” (70+ år)

“Børns forbrug af YouTube helt uden filter skal have et alternativ, og jeg vil gerne kunne tilbyde DR til børn i stedet.” (36-69 år)

Adgangen til udenlandsk og kommercielt børneindhold på nettet nævnes af flere som en grund til, at det er vigtigt at producere danske børneprogrammer af høj kvalitet og med pædagogisk sigte.

6.2.2 Trygt og uden reklamer

Flere af bidragsyderne fremhæver, at det er en kvalitet ved dansk børne-tv, at der ikke er reklamer, og at de generelt er mere trygge ved, at børnene bruger disse medieplatforme end de mere kommercielt orienterede udenlandske medier.

“Jeg vægter at mine børn kan se TV uden mit opsyn, så dermed skal afsenderen være troværdig. Det er et stort problem med f.eks. YouTube, at indholdet i mange tilfælde er blandet med upassende indslag. Jeg mener også, at Disney Channel osv., har mange usunde indslag, der forvrænger børns syn på venskaber, krop og selvværd.” (19-35 år)

“[...] Børn er ikke på samme måde opdraget til at sortere i de medietilbud, de får, så det er vigtigt, at de bliver præsenteret for noget ordentligt. Min søster har en datter på 3,5 år. Jeg har længe observeret, hvor meget hun klikker sig rundt på YouTube. [...] Vi havde faktisk ikke rigtig kontrol med, hvad hun så. Nogle gange tror jeg også, hun har set noget, der ikke var helt børnevenligt. Og hun har mange gange set noget, der var meget kommercielt. Det bryder jeg mig egentlig ikke helt om.” (19-35 år)

“Selvfølgelig skal der være ‘lødige’ underholdning til børn. Ellers ser de jo bare 100 forskellige fragmentariske YouTube-videoer på en dag. Det er trygt at vide, at der findes danskproduceret børneprogrammer etc., som man trygt kan lade sine børn se.” (19-35 år)

En stor del af de voksne bidragsydere udtrykker en tillid til det danske børneindhold og drager ofte paralleller til, hvordan de husker medieindholdet fra deres egen barndom.

6.2.3 Samler på tværs af mediebrug og generationer

Flere nævner de klassiske danske børneudsendelser som en mulighed for at fastholde et fællesskab omkring mediebrugen:

“Dansk produceret børneindhold er vigtigt. Tænk blot på en hel generations referenceramme med ‘Bamse og Kylling’ el.lign. Det kæmpemæssige udvalg på YouTube og andre nye kanaler risikerer at fragmentere billedet så voldsomt, at ingen har nogen fælles referenceramme fra deres barndom ud over teenagere, der sidder og spiller computer, mens de kommenterer. [...]” (19-35 år)

I den forbindelse lægger flere bidragsydere også vægt på værdien i, at både børn og voksne kan have glæde af indholdet:

“Jeg mener, det er vigtigt, at DR holder fast i at tilbyde familier og børn nogle samlende stunder - det kunne f.eks. være julekalenderen i december, som jeg håber overlever, selvom manges medieforbrug ændrer sig til on

demand tjenester. Det er også 'Disney Sjov' og hygge fredag aften." (36-69 år)

"Da børneudsendelserne var på deres højeste (i mine øjne, og her kan der være tale om subjektiv nostalgi), formåede de både at tale til børn og voksne. Udsendelser som 'Omsen & Momsen' for eksempel kunne også få de voksne til at grine lidt. På den måde kan man som familie være mere fælles om et univers. Det kan måske godt mangle lidt i dag." (36-69 år)

"Vores lille datter på snart to nyder i ny og næ en pause fra dagens jag sammen med mor og far foran fjernsynsskærmen. Her kan vi sidde og putte i sofaen og snakke om alle de ting, der sker i 'tossekassen', hvilket bidrager til at udvide hendes verden... For lad os være ærlige - mor og far kan ikke hver dag omdanne stuen til et sørøverskib og redde kidnappede børn, som 'Onkel Reje' kan. Og hvor er det da befriende med et program som 'Onkel Reje', som appellerer til barnets drilske side, og hvor mor og far kan grine oprigtigt med." (19-35 år)

I det hele taget er det en gennemgående pointe i bidragene også i denne kategori, at indholdet både skal være underholdende og oplysende.

7 For unge

- mere relevant og oplysende ungdoms-tv

De unge bidragsydere i aldersgruppen 10-18 år og 19-35 år savner i høj grad medieindhold og -platforme, der er målrettet dem. Mange mener, at der er brug for seriøse og dannende tv-programmer, der er relevante for de unges hverdag og kan ruste dem til voksenlivet. Det vil ifølge flere bidragsydere kunne få dem væk fra computeren og tilbage til tv'et.

7.1 Indholdsønsker

7.1.1 Mere ungdoms-tv

Størstedelen af besvarelserne inden for kategorien "For Unge" kommer fra aldersgruppen 10-18 år. Blandt disse skriver en stor del, at de savner tv-programmer målrettet specifikt mod deres aldersgruppe:

"På de nuværende DR-kanaler er ikke noget for unge mellem 13-25 år." (10-18 år)

"Jeg synes, at det kunne være rigtig dejligt, hvis der kom en kanal for aldersgruppen 14-18 år, og at indholdet var for en smule ældre, end der er på f.eks Ultra. Jeg tænkte, at det f.eks. kunne være noget lignende 'Paradise Hotel', 'SKAM' og nogle enkelte ting fra Ultra m.m. For jeg synes personligt, at jeg meget tit kommer over på Ultra, hvor der går meget lang tid imellem noget, som jeg f.eks. godt vil se;" (10-18 år)

"[...] jeg er lidt træt af, at der for det meste kun er børnekanaler (Ultra, Ramasjang og alle de andre). Jeg synes, der burde være en kanal til, når man er de der 12,13, 14, 15 år. Håber I ser mit forslag. Tænkte en kanal, der handler om pubertet, kærester og alt det, der sker i ens tennager liv." (10-18 år)

Flere bidragsydere særligt i aldersgruppen 19-35 år roser dog DR3 for at tilgodesede de yngre målgrupper:

"Før DR3 så jeg aldrig TV, hvis målgruppe var unge - jeg så DR1 og DR2. Lige gyldigt 'ungdoms'-TV som 'Paradise Hotel' og 'Forsidefruer' er efter min bedste overbevisning fordømmende. DR3 giver mig vigtige dokumentarer og underholdende, velproduceret og interessant TV. Det gælder både danske udsendelser ('Kridhvid i Kina', 'Petra dater hele verden', 'Mit liv er stjålet', 'Absurdistan', 'Hyklerriget') og udenlandske programmer ('DR3 dok: po-

litivold fanget på kamera', 'Doctor Who', 'Ripper Street'). Jeg er ung, men jeg betaler også licens, hvorfor det er kanon flabet, at man har snakket om at lukke DR3 ned. Endelig er der noget ordentligt ungdoms-TV, så skal man holde fast i det!" (19-35 år)

"Ingen kanaler har som DR3 åbnet mine øjne for så mange forskellige problemstillinger ift. unge, alt fra 'LGBTQ+' til 'Prinsesser fra blokken'" (19-35 år)

"Jeg synes, indhold til unge er sindssygt vigtigt. Jeg føler pt, at den eneste medieplatform, der tiltaler mig, er DR3 (på nettet). Jeg føler, at jeg bliver 'overset' på alle andre kanaler og ofte føler jeg, at jeg bliver talt ned til, når det er indhold der er kategoriseret som ungdomsindhold - som f.eks. på Zulu. Det behøver ikke at være dumt og meningsløst bare for at være ungt." (19-35 år)

Flere på tværs af aldersgrupper efterspørger dramaserier til unge og nævner hyppigt den norske ungdomsserie "SKAM" som et forbillede (se afsnit 7.1.3).

7.1.2 Uenighed om reality

Flere særligt i aldersgrupperne 19-35 og 36-69 år er kritiske overfor realityprogrammer, og specifikt beskriver mange TV 3-programmet "Paradise Hotel" som "fordummende":

"Meget mindre skrækkeligt reality tv som 'Paradise Hotel', som giver unge en forkert opfattelse af seksualitet, selvværd, venskaber og alkohol. Mere som Gaffa, Vi unge osv." (19-35 år)

"Jeg ønsker ikke, at mine børn skal se reality-tv. Så hold det væk fra DR - tak!" (19-35 år)

"Drop alle de dødsyge reality-programmer. Det er virkelig ringe TV, synes jeg – fordummende, nedværdigende mv.." (36-69 år)

Blandt de helt unge er der dog også en del bidragsydere, der efterspørger netop reality-programmer som "Paradise Hotel" og "De unge mødre":

"Fordi det er sjovt at se sådan nogle serier, og man kan altid grine til det." (10-18 år)

"Synes det er spændende, og man bliver virkelig fanget af det på den gode måde." (10-18 år)

"Fordi det er sjovt og spændende at se, og så føler man sig liiidt klog." (10-18 år)

Ligesom under kategorien "For Børn" (se afsnit 6.2.1 og 6.2.1) skriver flere, at dansk ungdomsindhold kan være et alternativ til de udenlandske medietjenester og sociale medier.

7.1.3 Mere a la "SKAM"

Flere bidragsydere fra særligt de voksne aldersgrupper (19-35 år, 36-69 år og 70+ år) fremhæver den norske ungdomsserie "SKAM" som et eksempel på høj kvalitet, som der gerne må komme mere af.

"SKAM' har vist, at unge stadig kan vindes for - ordentligt! - flow-tv. Det er værd at gøre. Men de skal tages alvorligt, og indholdet skal være originalt i skarp modsætning til f.eks. 'Paradise Hotel'." (19-35 år)

"Unge er på et sted i livet, hvor gennemtænkte emner, relevante for aldersgruppen præsenteres. Tænk på den norske 'SKAM' som er godt eksempel." (70+ år)

"Lær af NRK's 'SKAM'! de har ramt noget helt helt rigtigt. Brug digitale medier meget mere, gør alting tilgængeligt hele tiden." (36-69 år)

Flere bidragsydere fremhæver brugen af sociale medier og kombinationen af flow og streaming i "SKAM" som eksempel på en måde at nå ud til de unge.

7.2 Begrundelser

7.2.1 Dannende og oplysende

Flere bidragsydere mener, at medierne har en rolle at spille i forhold til at lære de unge om samfundet og ruste dem til voksenlivet:

"Det er helt essentielt, at vi får bidraget mere til unges samfundsforståelse og deres viden om samfundet. [...]" (10-18 år)

"Det bør være dannende programmer, eller som i tilfældet 'De unge brugt-vognsforhandlere', programmer, der kan forberede ungdommen på det virkelige liv." (19-35 år)

"Nye generationer skal skoles ind i det samfund, de skal være en del af, og de skal mødes der, hvor de er. Derfor er det nødvendigt med ungdomsmedier, der dels møder de unge der, hvor de er, men som også samtidigt styrker deres identitet i forhold til det samfund de indgår i." (19-35 år)

Flere af de unge bidragsydere i aldersgrupperne 10-18 år og 19-35 år mener, at der er et behov for at styrke de unges viden ved, at de i højere grad følger med i nyhederne og den aktuelle debat:

“Det er vigtigt at få flere unge til at se nyheder, så de ved, hvilken verden der venter derude og hvad der egentlig foregår.” (10-18 år)

“At udvikle tilbud til unge, så fremtidige generationer er orienterede om og interesserede i samfundet, er en vigtig, måske den vigtigste opgave for DR og andre public-service-organisationer.” (19-35 år)

“Få unge mennesker engagerer sig i demokratiet. Det er selvsagt et problem. Ved at sende flere debatprogrammer målrettet unge på tv, vil det forhåbentligt være muligt at engagere flere unge i den demokratiske dialog.” (10-18 år)

Også blandt de ældre bidragsydere mener mange, at medieindholdet til unge primært skal være dannende og oplysende snarere end rent underholdende.

7.2.2 Relevant og brugbart

En stor del af bidragsyderne argumenterer for, at indholdet skal målrettes de unge, så det er vedkommende for deres hverdag:

“For mig som ung er det vigtigt, der laves programmer med personer, jeg kan relatere til.” (19-35 år)

“Fordi de unge skal have noget at se på, der interesserer dem og vedrører den hverdag, de lever i.” (36-69 år)

“Altid godt som ung at kunne spejle sig i et andet menneske eller have noget man kan relatere til.” (19-35 år)

Flere understreger, at medierne skal tale til de unge i øjenhøjde, men samtidig formidle seriøst og meningsfuldt indhold:

“Der skal ikke tales ned til de unge. Unge vil gerne have seriøst indhold, der behandler aktuelle problemstillinger i samfundet. [...] Der har været en tendens til, at når medierne skal levere indhold til unge, fokuseres der på formidlingen; man skal tale 'de unges sprog', bruge kække bemærkninger og bandeord eller tiltrække de unge med fancy grafisk udtryk. Det er ikke det, det handler om. Unge vil gerne have lange, analytiske dokumentarer eller artikler med højt lixstal - skal det 'appellere til unge' handler det mere om, hvorvidt de emner eller problemstillinger, der behandles, forekommer relevante. [...]” (19-35 år)

Flere skriver, at medierne har en særlig rolle at spille i forhold til at præge de unges udvikling og tage relevante problemstillinger op på en måde, der virker vedkommende for målgruppen.

7.2.3 Den nye medievirkelighed

De unge har selv en række forslag til tv-programmer, der ville interessere dem. Disse forslag lægger ofte op til, at tv skal beskæftige sig mere med digitale emner, f.eks. de sociale medier.

“Vi mangler i den grad et tv-program, der kan give os hints og fiduser til alle de sociale medier, vi bruger. Som Snapchat, Facebook, Instagram og app's. Så som, hvad er det fede lige nu, hvad skal man tjekke ud, og nye app's der er værd og have. Osv.” (19-35 år)

“I stedet for 'X Factor' kan man lave en konkurrence om at blive den bedste til YouTube. Dommerne kunne evt. være Rasmus Brohave, Julia Sofia og Alexander Husum.” (10-18 år)

“Det skal begynde at handle mere om computer og teknologi.” (10-18 år)

Nogle af de unge udtrykker også en interesse for at se mere tv frem for at sidde foran computeren. De argumenterer for, at det er manglen på ungdoms-tv, der gør, at de i højere grad finder deres medieindhold på internettet.

“Vi bruger for meget tid på mobil/iPad eller computer, fordi der ikke er noget, vi gider se i fjernsynet (synes jeg). Jeg vil helt klart hellere sidde og se noget i fjernsynet end på computeren. Så hvis der kom flere ungdomsserier i fjernsynet, synes jeg, det ville være bedre.” (10-18 år)

“Fordi der er mange unge, der ikke ser tv mere, men ser YouTube i stedet for, og så tænker jeg bare, hvis de bliver ved med det, så er der til sidst jo ikke nogen, der ser tv mere, og hvad så med alle de programmer på tv, som er vigtige, dem er der jo ikke nogle, der ser, fordi de er optaget af alle de sociale medier.” (10-18 år)

“Nu sidder vi unge jo på YouTube hele tiden, fordi det underholder os på en god måde. Og jeg er sikker på mange flere ville se tv hvis det var lidt mere ungdoms relateret????”. (10-18 år)

Flere af bidragene understreger behovet for, at ungdomsindholdet følger med den teknologiske udvikling og afspejler den virkelighed, som de unge befinder sig i f.eks. på de sociale medier.

8 Sport

- bredde, fællesskab og motivation

Mange bidragsydere efterlyser en større alsidighed i mediernes sportsdækning og ønsker bl.a. en bredere dækning af forskellige sportsgrene. Flere bidrag argumenterer for, at sportsindhold er vigtigt, fordi det kan samle mennesker på tværs af sociale skel og samtidig fungere som en motivationsfaktor for egen udfoldelse. Samtidig kan medierne være med til at styrke særligt de mindre sportsgrene, der mangler ressourcer og opmærksomhed, skriver flere. En stor del af bidragsyderne inden for aldersgrupperne 19-35 år og 36-69 år har bidraget til sportskategorien.

8.1 Indholdsønsker

8.1.1 Flere forskellige sportsgrene

Mange bidragsydere på tværs af generationerne ønsker, at medierne dækker en bredere vifte af forskellige sportsgrene. Flere nævner, at mindre sportsgrene bør vises som alternativer til de meget populære som fodbold og håndbold.

“Det er vigtigt [med] en alsidig sportsdækning, da den afspejler den idrætsdeltagelse, danskerne selv har. Dvs. ikke kun de fem største idrætter, men også noget af det, der ikke normalt fylder meget på sendefloden - men fylder meget i danskernes hverdags- og fritidsliv.” (36-69 år)

“[...] DR viser stort set kun de store sportsgrene som håndbold og fodbold (som alle de andre). Hvorfor er vi aldrig til DM i de mindre sportsgrene - se det ville være public service. Danmark er gode til mange ting - f.eks. curling (aldrig været vist fra DM på DR), skydning, bueskydning, billard, bowling, sejlsport (kun til OL), brydning m.fl. [...]” (36-69 år)

“Jeg mener, at vi skal have noget mere gymnastik på TV. Teamgym blandt andet er en voksende sportsgren i Danmark, men som ikke får den medieomtale den fortjener. Danmark er faktisk en af de førende lande inden for området :) Så mindre fodbold og mere plads til de andre :)” (10-18 år)

En stor del af bidragene består også af mere specifikke ønsker om, at enkelte sportsgrene får mere opmærksomhed. Amerikansk fodbold, volleyball og basket nævnes meget ofte som eksempler på sportsgrene, hvor Danmark klarer sig godt, men hvor der ifølge flere bidragsydere er brug for større mediebevågenhed.

8.1.2 Lokal sport og foreningsliv

Flere bidragsydere efterspørger også et større fokus på de lokale idrætsforeninger og foreningsbaserede sportsgrene:

“Ikke-konkurrencepræget idræt a la landsstævnets gymnastik. Gunner Nu bragte dem i sin tid. Hans kommentarer er tiden løbet fra, men folkelig gymnastik, som dyrkes af utrolig mange, kunne nu og da fange de manges interesse.” (36-69 år)

[...] Omtale af den lokale sport - f.eks. ungdomssport, motionssport, seriefodbold - må ikke forsvinde af hensyn til den fortsatte eksistens og trivsel af de mange lokale sportsforeninger.” (36-69 år)

“Jeg vil gerne se fra landets svømmeklubber f.eks. kunne det være sjovt at vores lille svømmeklub kom ind og så vil jeg se forskellige måder at træne på Og f.eks. at der blev filmet til svømmestævnet, og det blev sendt.” (10-18 år)

En stor del af bidragsyderne nævner, at øget opmærksomhed omkring de mindre sportsgrene vil styrke interessen for dem og få flere til at dyrke dem.

8.1.3 Diversitet og ligestilling

I det hele skriver mange bidragsydere, at de ønsker, at sportsdækningen bliver mere mangfoldig. F.eks. skriver flere, at de ønsker mere fokus på handicapidræt og kvindelige sportsudøvere.

[...] Personligt startede jeg til håndbold fordi jeg så de jernhårde Ladies vinde OL guld i 90'erne. Tror man kan inspirere flere med fysisk og psykisk handicap til at give sport en chance, hvis man også fokuserer på de større handicap turneringer og Special Olympics.” (19-35 år)

”Der skal simpelthen noget mere parasport på tv! Specielt fra EM, VM og OL. Der bliver vist alt for lidt, sammenlignet med OL, VM og EM i frisk sportsgrene.” (19-35 år)

“Jeg håber, at man vil fortsætte den gode udvikling, som primært foregår på DR, hvor kvindesport tages lige så seriøst som herresport.” (36-69 år)

Særligt kvindefodbold, hvor landsholdet for nylig har udmærket sig ved EM, nævnes af flere som eksempel på, at der bør være større ligestilling mellem kønnene inden for formidlingen af sport.

8.2 Begrundelser

8.2.1 Store sportsbegivenheder samler

Mange bidragsydere anser sport for at være en vigtig indholdstype, fordi sport kan samle og skabe forskellige former for fællesskab - f.eks. i familien, med vennerne, med kollegerne, på tværs af kulturer og i nationen.

“En live sportsudsendelse, som EM og VM i enten håndbold eller fodbold, er for mig sådan noget, hvor jeg samles med mine venner, for at se de vigtige kampe sammen. Det skaber sammenhold.” (19-35 år)

“Giver god anledning til diskussion mellem kolleger.” (36-69 år)

“Sport er for mig god underholdning, det er noget der kan binde os sammen på kryds af kulturer, hvad enten det er, om man ser sit yndlingshold vinde, eller bakke op om et nationale hold.” (19-35 år)

Flere bidragsydere argumenterer i den forbindelse for, at landskampe og store nationale sportsbegivenheder bør være tilgængelige for alle. Der er dog samtidig en del andre bidragsydere, der argumenterer for, at sport generelt fylder for meget i medierne eller mener, at sport bør flyttes til separate kanaler.

8.2.2 Motivation til egen udfoldelse

Det er et gennemgående træk i begrundelserne, at sport i medierne anses for at være vigtigt, fordi det kan motivere modtagerne til selv at dyrke motion og idræt.

“Jeg er overbevist om, at hvis folk ser sport i fjernsynet, bliver de mere motiveret til selv at dyrke sport. [...]” (19-35 år)

“Jeg mener, at hvis man kommer til at se sport i fjernsynet, kan man også selv blive inspireret af det og derfor selv få lyst til at dyrke sport. Og derfor tror jeg sport er vigtigt, men selvfølgelig også fordi det kan være spændende.” (10-18 år)

“Sport er en vigtig del af menneskets holdenigang. Det viser, at det kan betale sig at dyrke sport på den ene eller anden måde. Holde kroppen i gang. Bare ved gåture i naturen, en cykeltur mm. [...]” (70+ år)

Flere bidragsydere argumenterer også for, at sport i medierne kan have en bredere motiverende funktion, fordi det mere generelt kan inspirere mennesker til at sætte sig mål og forfølge dem i andre dele af livet.

“Det er vigtigt at se og høre om mennesker, der præsterer vedholdende for sig selv og hinanden og os alle sammen. Det er inspirerende på mange måder.” (36-69 år)

“Jeg mener, at vi skal have mere sport, fordi folk brænder for det, ikke alle men nogen. [...] Og så bliver man mentalt stærkere og holder mere fast i sine drømme og holder fast i det, ens hjerte siger.” (10-18 år)

Flere argumenterer også for, at medierne kan være medvirkende til at få flere til at melde sig til forskellige sportsgrene ved at gøre opmærksom på, hvilke tilbud der findes.

8.2.3 Eksposering af sportsgrene

I forlængelse af de mange ønsker om, at flere forskellige, mindre sportsgrene får mere opmærksomhed i medierne (se afsnit 8.1.1), skriver flere, at en større medieeksposering kan forbedre forholdene for mindre sportsgrene. Øget medieopmærksomhed kan ifølge disse bidragsydere tiltrække både sponsorater og vække folkelig interesse.

”Mediedækning betyder utroligt meget for udviklingen af en sportsgren. For at udvikle en sportsgren, er der brug for penge. Penge kommer gennem sponsorater. Sponsorater kommer, når der kan tilbydes eksposering. Eksposering kommer med mediedækning. Vi har små forbund, som klarer sig langt bedre internationalt end f.eks. fodbold, men som slet ikke får noget, der ligner en retfærdig mediedækning. [...]” (36-69 år)

”Jeg mener, man bør gøre mere for de idrætsgrene, hvor der ikke er de store mediekroner. Dette også for at gøre mere opmærksom på, når der er kampe og stævner herhjemme. Når der bliver vist på tv-oversigten, tiltrækker det også folk til at se det live. Start med at vise top-kampe, få professionelle atleter eller kyndige speakers til at kommentere kampene. [...] På den måde lærer man at forstå f.eks. volleyball og taktikken bag ved.” (36-69 år)

”Når man er en atlet, bruger man virkelig al sin tid på sin sport. Hele ens hverdag drejer sig rundt om den, og når man kommer op på et tilstrækkelig højt niveau, kan det ende med at være det, man vil leve af. I de fleste sportsgrene i Danmark er dette desværre bare ikke muligt, men alligevel fortsætter man, for det er det her, man brænder for. Det er super hårdt at få det hele til at hænge sammen (især i de mindre/ikke så udbredte sportsgrene) Derfor synes jeg, at man burde give flere sportsgrene lidt mere tid i rampelyset. Det kunne måske i fremtiden også give flere penge og sponsorater til sporten og på den måde hjælpe. [...]” (10-18 år)

Flere bidragsydere lægger vægt på, at det kan være vanskeligt for unge talenter inden for de mindre sportsgrene at satse på en professionel karriere, fordi det er svært at få til at hænge sammen økonomisk.

9 Andet

- natur- og miljøprogrammer, viden og public service

Bidragyderne har brugt andet-kategorien til en bred vifte af forskellige formål. Blandt de hyppigste temaer findes ønsker om flere natur- og miljøprogrammer, mere drama og fiktion og flere videns- og faktaprogrammer. Andre bidragydere bruger kategorien til mere generelle betragtninger om mediernes rolle og udvikling, holdninger til licens mv.

9.1 Indholdsønsker

9.1.1 Dansk natur og miljø

En meget stor del af besvarelsene inden for kategorien Andet består af ønsker om flere programmer om natur og miljø, som flere af bidragene inden for kategorien "Dokumentar" også efterspørger (se afsnit 5.1.1). Denne tendens går på tværs af aldersgrupper, men ses særligt tydeligst hos de 19-35-årige og 36-69-årige:

"Der mangler seriøs formidling om den danske natur og biodiversitet. Alle vores nabolande har landsdækkende udsendelser, der handler om den nære natur. Manglen på naturforståelse, leder mange dansker til at tro, at Danmark er et forgangs land i kampen om at standse tabet af biologisk mangfoldighed. I Europæiske sammenhænge er vi efterhånden det modsatte."
(36-69 år)

"Hvor er naturen på dansk tv blevet af? Vi halter efter med formidlingen af natur og biodiversitet. Vores kære brødre i Sverige og Norge har fantastiske naturprogrammer. Men hvor er de blevet af på den danske sendeflade? Det er vigtigt at oplyse Danmarks befolkning om, hvor vild og fed natur vi har her. Det er faktisk de færreste, der ved det."
(19-35 år)

"Udsendelser i tv særligt om dansk natur, naturens betydning for mennesker, viden om natur og miljø med fokus på klima, bæredygtighed og genbrug. Vigtigt at det ikke kun er om Afrikas dyreliv, Canada skove eller koralrev, men også om vigtigheden af at beskytte naturen i Danmark."
(36-69 år)

Ønsket om et større fokus på den *danske* natur i medierne fremgår i en lang række af bidragene:

“Danskerne kan se mange flere film om løver, gnuer, krokodiller og elefanter end om de dyr, der lever i Danmark (og sådan set også Norden, bortset fra isbjørne). Hvis der blev efterspørgsel, kunne der laves fremragende film om den danske natur. BBC og lignende laver skam meget flotte film, men der burde være plads til, at der produceres og sendes film om bier og blomster i Danmark, pindsvinet i villakvartererne, Krondyrenes liv i kulturlandskabet, kæmpefluen Harald osv. osv, uden at det ender med, at dyrene skal ædes af to jægere (i øvrigt ikke et ondt ord om Nak og Æd).” (70+ år)

“Der skal mere dansk og europæisk natur i tv og medier i det hele taget. Vi ser flotte naturprogrammer fra mange dele af verden, men den nære natur bliver underprioriteret, og det er den VI skal passe på.” (36-69 år)

Også bidragsydere fra aldersgruppen 10-18 år nævner naturprogrammer og efterspørger særligt programmer om dyr.

9.1.2 Film og serier

Flere bruger også Andet-kategorien til at efterspørge flere film og dramaserier, som også er behandlet i underholdningskategorien:

“Mere af den dyre, velproducerede DR-drama, gerne med mindre frihed til kunstnere og mere magt til historikere.” (19-35 år)

“Jeg vil ønske, at det var muligt at vise nyere og mere smalle film.” (36-69 år)

“Jeg synes, der skal være en kanal, hvor der kun går film. Men kun gamle film eller nogen film, man ikke rigtigt køber mere. F.eks. Far til fire eller Vejen til Eldorado.” (10-18 år)

Bidragene til Andet-kategorien bekræfter altså tendensen til, at drama og fiktion generelt er populært blandt bidragsyderne.

9.1.3 Videnskab og fakta

På tværs af aldersgrupper efterspørger flere af bidragsyderne – igen svarende til besvarelserne inden for kategorien Dokumentar (se afsnit 5) – medieindhold, der formidler viden, fakta eller forskning:

“Oplysning om videnskab og forskning er vigtig for at styrke almen viden-baseret fakta. Øget almen viden om fakta vil kvalificere de demokratiske beslutningsprocesser.” (36-69 år)

“So ein Ding’ og ‘Videnskabens verden’ er oaser midt i meget ligegyldigt vrøvl. Jeg savner fokus på fremtidens virkelige problemer og først og fremmest deres løsninger. Af og til læser jeg en god og konstruktiv kronik, af og

til ser jeg en ny, bæredygtig dims på YouTube, men jeg savner et samlende medie, hvor det ypperste inden for videnskaben/tænkningen fremlægger forslag og løsninger og fører konstruktive samtaler - ikke hidsige diskussioner - som almindelige mennesker kan forstå.” (70+ år)

“Jeg synes, at vi skal have noget lærerigt ind, som også kan være spændende f.eks. fakta om dyr bare noget med dyr, da det er lærerigt og spændende.” (10-18 år)

Mens de yngre bidragsydere i aldersgruppen 10-18 år ofte efterspørger indhold om eksempelvis teknologi, ønsker bidragsyderne fra aldersgrupperne 36-69 år og 70+ år oftere historisk eller kulturelt indhold, der tager emner som religion og tro op.

9.2 Begrundelser

9.2.1 Oplysning og viden

Begrundelserne inden for Andet-kategorien er langt mindre entydige end i de andre kategorier, fordi indholdønskerne er så forskelligartede. Fælles for flere af bidragsyderne inden for kategorien er dog, at de lægger vægt på, at medierne skal formidle viden og gøre modtageren klogere. Denne værdi går igen, hvad enten bidragene efterlyser indhold om natur, historie, videnskab eller samfundsforhold:

“Licens burde gå til at gøre befolkningen klogere og oplyse. Underholdning er der ikke mangel på.” (19-35 år)

“Meget mere konkret oplysning om borger og samfund og på tidspunkter, hvor de fleste kan se det. Også gerne mere konkret oplysning om forskellige virksomheder og arbejdspladser i Danmark. [...]” (70+ år)

“[...] En vigtig del af at være en velfungerende samfundsborger er at forstå, hvad der sker i vores teknologisk hurtigudviklende samfund, og her kunne netop tv være med at informere den almindelige borger, der ikke aktivt søger information. Det virker som dem, der producerer tv, ikke er interesseret i videnskab, naturvidenskab og teknologi, hvilket gør resten af befolkningen mindre forstående og mindre omstillingsparate, når verden flytter sig.” (19-35 år)

Som det også fremgår af det øverste citat forholder en række af disse kommentarer sig til, hvilken type indhold public service-medierne har et særligt ansvar for at levere.

9.2.2 Pas på planeten

Da ønsket om naturprogrammer er så udtalt, tegner der sig også en klar tendens inden for disse besvarelser. Flere argumenterer for, at viden om natur og miljø er afgørende for at kunne håndtere miljøproblemer:

“Hvordan kan vi passe på naturen, hvis vi ikke ved, hvordan den fungerer? Alt for få danskere ved, hvordan økosystemer fungerer, hvad biodiversitet er for noget, og alt for mange har øjensynligt heller ikke noget begreb om, hvor skadeligt det er for naturen og vores grundvand at lade plastikposer og dåser ligge og forurene. [...]” (19-35 år)

“Dansk tv mangler indhold om den danske natur. Naturen er i sørgeligt forfald og ingen synes at interessere sig for den. Der er så mange gode og spændende arter derude, som lever et glemt liv og som stille og roligt forsvinder, fordi ingen interesserer sig for dem.” (36-69 år)

“Vi har alle godt af at få at vide, vi kun har en jord, og den burde vi passe bedre på.” (36-69 år)

Andre af de bidrag, der efterlyser indhold om naturen, lægger vægt på, at medierne vil kunne være med til at opfordre befolkningen til at bruge naturen.

9.2.3 Public service-spørgsmålet

Flere bidragsydere bruger også Andet-kategorien til mere generelle betragtninger om medierne og public service. Disse bidrag tager ofte udgangspunkt i det ændrede mediebillede og den mere fragmenterede mediebrug, men holdningerne til, hvordan situationen skal gribes an politisk, er forskellige:

“Public service er blevet ekstra vigtigt i en tid, hvor vi hører, at flertallet af borgere får deres nyheder fra sociale medier. Således kommer vi nemt til at mangle et bredt dækkende billede af verden, eftersom ens indhold bliver tilpasset ens interesser og holdninger. Vi kommer til at se en verden, der passer til vores holdninger og forventninger, og det er ikke et godt grundlag for beslutninger i et demokratisk samfund. Public Service har rollen som de, der formidler almen og bredt dækkende nyheder og anden samfundsinformation. Public service er vores værn mod falske nyheder og ren interessebaseret formidling. Uden public service gik vores demokratiske og inkluderende samfund en meget stor krise i møde.” (36-69 år)

“For mig - som ung studerende - er det vigtige valgfriheden. Friheden til selv at vælge de tjenester og medier, som jeg ønsker. De 212 kr., som jeg troligt betaler i licenspenge hver måned, er for mit vedkommende penge ud af vinduet, da jeg ikke benytter mig af de public service-medier, som modtager beløbet. Pengene ville jeg langt hellere bruge på et ungdomsabonnement til Politikens e-avis, som jeg ofte finder links til i min Facebook-feed. Jeg forstår, at ikke alle har det på samme måde som jeg. Nogle foretrækker

Netflix. Andre DR. Andre igen: ingen af delene. Vi er jo alle forskellige, og det er den forskellighed mht. til medieønsker, som jeg håber snart kan imødekommes frem for at få trække en licensregning ned over hovedet på alle med en smartphone.” (19-35 år)

“Som mediebruger er jeg helt træt af den hetz, jeg oplever DR (og dermed mig som lytter og seer) er udsat for. Jeg sætter pris på DR hver dag, at det er fri for reklamer, at det er i hele landet, at der er samarbejder med de nordiske lande og et dr.dk, der hurtigt kan give mig overblik over de vigtigste nyheder og temaer for dagen. Og jo hjemme hos os ser vi også ting fra Netflix og HBO, men gang på gang konstaterer jeg, at det, der samler hele familien fra 9-50 år, er udsendelser fra DR.” (36-69 år)

Sådanne kommentarer kan findes inden for flere af kategorierne, men er som nævnt indledningsvist som udgangspunkt undtaget fra denne opsummering.

Bilag 1

Spørgeguide på www.antennerneude.dk

Screendump af de fire step i spørgeguiden:

Spørgsmål 1:

MENU

ANTENNERNE
DE

FØLG OS **f** 🔍

HVAD MENER DU?

Hvilken aldersgruppe tilhører du?

For at vi kan få bidrag fra et bredt udsnit af befolkningen, vil vi gerne vide ca. hvor gammel du er.

6-9 ÅR 10-18 ÅR 19-35 ÅR 36-69 ÅR 70+ ÅR

1 / 5

VIDERE

Spørgsmål 2:



Hvad er dine ønsker til dansk indhold i medierne i fremtiden?

Her vælger du det danske medieindhold - fx nyheder, dokumentar, kulturstof, børneindhold, satire, dramaserier, film, sport, reality, - som du helst vil se, lytte til eller læse fremover. Du kan vælge en kategori fra listen, eller tilføje dine egne. Når du har valgt og går videre til næste side, får du mulighed for at motivere dine valg.

Underholdning	Underholdning er for eksempel danske tv-shows som "X Factor", "Familien fra Bryggen", "Kender du typen?" eller "Vild med dans", eller videoer med Chili Klaus på YouTube. Det kan også være satire som tegneserier fra Wulffmorgenthaler eller Generation SoMe, musikquizzer i radioen eller programmet "Mads og Monopolet". Det kan være drama-serier som "Forbrydelsen", "Klovn" eller "Rita".	VÆLG
Nyheder, aktualitet og debat	Nyheder er for eksempel dem du læser i Politiken, Berlingske, Fyens Stiftstidende, Dagbladet Holstebro eller din lokale avis - om det så er på tryk eller på nettet - Avisen.dk, long-reads fra Zetland eller Alttinget. Det kan også være Deadline, Radioavisen, TV 2 Nyhederne, Den Korte Radioavis Ultra Nyt eller TV SYD's nyheder. Debat er bl.a. debatprogrammer som "Debatten" og debatstof i aviser.	VÆLG
Kultur	Kultur er for eksempel tv-programmer som "Filmselskabet", "Kunstquizzen" eller "Charles Bogklub". Det kan også være "Kulturen på NEWS", radioprogrammet "AK24Syv", udsendelse af koncerter og teaterforestillinger, kultursektionen i din avis eller kulturtidskrifter som Hvedekorn.	VÆLG
Dokumentar	Dokumentar er for eksempel programmer som "Er du mors lille dreng?", eller "Christianias Barn". Det kan også være dokumentarfilm som "Armadillo", "Ambassadøren" eller "En forårsdag i helvede", eller radiopodcasts fra P1 Dokumentar, Radio24syv, Third Ear eller helt andre.	VÆLG
For Børn	For børn er for eksempel danske programmer som "Bamse & Kylling", "Sofie Linde Show", "Pendlerkids" og , computerspil som "Oline", "Ultra News" avisen "Kids News", Olivia-bladet, Wendyhestebladet eller Weekendavisens "Faktisk"-sektion.	VÆLG
For Unge	For unge er for eksempel programmer som "De unge brugtvognsforhandlere" "Paradise Hotel", "Jeppe K" eller "Generation SoMe". Det kan også være "ungeavisen.dk" eller "Gaffe".	VÆLG
Sport	Sport er for eksempel danske produktioner som "AttenTouren", "Thomas Skovs sportsprogram", "On-side", "SportsLab", og "Liga". Det kan også være Bold.dk, sportssiderne i aviserne eller danske sportsnyheder på nettet.	VÆLG
Andet	Her skriver du, hvis du synes der mangler en medie kategori	VÆLG

Spørgsmål 3:



Hvilket medieindhold foretrækker du?

Hvorfor valgte du nyheder, aktualitet og debat? Her skal du uddybe dine valg. Du må gerne skrive eksempler på nyheder, aktualitet og debat, du gerne vil have mere eller mindre af. Du må også gerne skrive, om du synes, det offentlige skal yde støtte til produktionen af det eller ej, og hvor (tv, radio, aviser, på tabletten, mobilen eller andre steder), du foretrækker at se det, læse, lytte til det, eller streame det fra.

Nyheder, aktualitet og debat

Nyheder er for eksempel dem du læser i Politiken, Berlingske, Fyens Stiftstidende, Dagbladet Holstebro eller din lokale avis – om det så er på tryk eller på nettet – Avisen.dk, long-reads fra Zetland eller Altinget. Det kan også være Deadline, Radioavisen, TV 2 Nyhederne, Den Korte Radioavis Ultra Nyt eller TV SYD's nyheder. Debat er bl.a. debatprogrammer som "Debatten" og debatstof i aviser.

Herunder kan du tilføje flere kategorier. Vi registrerer ikke dit bidrag, før du er helt færdig med processen.

Overskrift (valgfri)

Beskriv i ord, hvorfor du mener, at Nyheder, aktualitet og debat er vigtigt for fremtidens danske medielandskab.

TILFØJ FLERE MEDIKATEGORIER

3 / 5

Spørgsmål 4:



Vi er der næsten...

Tak for at du deler dine ønsker og meninger med os. Det bliver et input til politikerne, når forhandlingerne om et nyt medieforlig går i gang efter nytår. For at vi kan nå bredt ud til befolkningen, har vi brug for at vide lidt mere om dig. Tak.

Navn

E-mail (valgfri)

Køn

Region

Jeg er bekendt og indforstået med [regler for brug af antennerneude.dk](#)

5 / 5

TILBAGE

INDSEND

Bilag 2

Informationer om trafik, bidragsydere og bidrag på www.antennerneude.dk

Samlet trafik på www.antennerneude.dk

Kampagneperiode	22. maj til 27. september 2017
Samlet antal besøgende for perioden	17.474
Samlet antal unikke besøgende i perioden	14.264
Samlet antal sidevisninger i perioden	40.320

Overblik over, hvor brugerne kommer fra:

Direkte	6.796 (42,0 %)
Sociale medier	5.093 (31,5 %)
Eksterne henvisere	3.234 (20,0 %)
Søgemaskiner	1.045 (6,5 %)

Antal personer, der har afgivet bidrag på www.antennerneude.dk:

Påbegyndt	Gennemført	Gennemførelsesprocent
2.273	1.982	87,2 %

Antal bidragsydere fordelt på aldersgrupper:

	Påbegyndt	Gennemført
6-9 år	35	30
10-18 år	439	357
19-35 år	723	650
36-69 år	944	834
70+ år	132	111

Antal bidragsydere fordelt på regioner:

	Antal bidragsydere
Region Hovedstaden	727
Region Midtjylland	404
Region Nordjylland	138
Region Sjælland	313
Region Syddanmark	377
Udlandet	23

Tabellen viser antallet af bidragsydere, der har gennemført bidragsprocessen.

Antal bidragsydere fordelt på køn:

	Antal bidragsydere
Mand	1.129
Kvinde	828
Andet	25

Tabellen viser antallet af bidragsydere, der har gennemført bidragsprocessen.

Antal bidrag fordelt på indholdskategorier:

	Antal bidrag
Underholdning	573
Nyheder, aktualitet og debat	632
Kultur	339
Dokumentar	463
For børn	245
For unge	175
Sport	828
Andet	471
I alt	3.726

Tabellen viser antallet af bidrag til de enkelte kategorier. Hver bidragsyder har haft mulighed for at angive flere indholdskategorier.

Bilag 3

Aktiviteter på kampagnens facebookside

Udover bidrag indsamlet via www.antennerneude.dk, har kampagnen også haft dialog med brugere på facebookside www.facebook.com/antennerneudedk. Facebooksiden er i perioden 22. maj til 27. september dagligt blevet modereret af en community-manager.

Dialogen på Facebook har haft karakter af løbende debatter, grafisk indhold og mere konkrete spørgsmål end på www.antennerneude.dk. F.eks. er brugerne blevet spurgt, om de foretrækker at se konkret indhold som "Huset på Christianshavn" eller "Familien på Bryggen", om de ønsker mere sport osv.

De kommentarer, som facebookbrugere har begrundet, er blevet tagget og vist på www.antennerneude.dk. I alt er 764 kommentarer fra kampagnens facebookside blevet begrundet og tæller som sådan med i kampagnens endelige antal bidrag på 4490.

Kommentarer fra facebooksiden er dog *ikke* behandlet i dette sammenfatningsdokument, som udelukkende beskæftiger sig med de 3.726 bidrag, som er ydet af personer, som har gennemført spørgeguiden på www.antennerneude.dk (se bilag 1).

Eksempler på grafisk indhold

I løbet af kampagneperioden er der postet forskelligt grafisk indhold (animerede posts, videoposts, influencer-post, grafiske posts - se eksempler herunder) på facebooksiden for at fremme dialogen og få borgerforslag til fremtidens medieindhold. Det grafiske indhold blev udviklet inden for alle indholdskategorier og blev eksponeret og boostet strategisk over for kampagnens målgrupper. Eksemplerne herunder kan altså have bidraget til aktiviteten på såvel kampagnens facebookside som på www.antennerneude.dk.

Disse facebook-opslag/indhold har haft en samlet rækkevidde på Facebook på 787.865 personer.

Influencer-post: Lakserytteren
Rækkevidde: 145.924 eksponeringer



Antennerne Ude: Laksø besøger Kulturministeren

Lakserytteren har fået nys om, at Mette Bock aka Kulturministeren har Antennerne Ude! Synes du også, at alle nyhedsværter kun burde gå i spraglede sæt? HUSK at dele dine gode ideer til fremtidens danske medieindhold, så kommer det med på...

Grafisk post: Matador
Rækkevidde: 87.864 nåede personer



Antennerne Ude

Offentliggjort af Signe Hinchely Ebdrup i 21. maj

Skal vi have flere serier som Matador? Eller færre?

Del dine ønsker og holdninger i kommentarfeltet. Så kommer de med på www.antenneruede.dk og bliver en del af Folketingets og regeringens forberedelse af medieforhandlingerne i 2018.



Animeret post: Hvordan foretrækker du at få dine nyheder? Rækkevidde: 29.637 nåede facebookbrugere



Antennerne Ude

Offentliggjort af Signe Hinchely Ebdrup [?] · 11. august ·

...

Foretrækker du at se, lytte eller læse dine nyheder - og hvorfor?

DEL dine ønsker til fremtidens danske medieindhold, så kommer det med på www.antennerneude.dk.

