

nik, administration og økonomi. Det er vi i gang med. "Damernes magasin" og "Transit" bliver lavet af projektgrupper.

Hvordan hænger din autoritære og centrale ledelsesstil sammen med egenarten i at arbejde med et kreativt produkt?

Ingolf Gabold: Vi bevæger os frem mod år 2000, vi er nødt til at bevæge os i retning af meget stærkt ledet organisation med en direktion og med den en bestyrelse, som tager ansvaret for det, der foregår, samtidig med at det er muligt at inspirere og udfordre husets medarbejdere til at løse de projekter, som nu engang er en ledelsesbeslutning. Jeg tror ikke afstanden er så stor, som den har vist sig at være de første 5 måneder, fordi jeg har en speciel måde at udtale mig på.

Det var en række spørgsmål til TV-situationen i Danmark i 1992, anno 3 efter monopolbruddet. Vi har i et par år haft et duopol, og 'trusselen' fra kabel- og satellit-TV har i denne periode været trængt i baggrunden ved fokuseringen på konkurrencen mellem TV 2 og DR. Men udbuddet og forbruget af udenlandsk TV, ikke mindst kommercielt amerikansk TV, er steget radikalt siden TV 2 (og TV 3) er kommet i æteren.

- Hvor fører udviklingen hen?
- Har vi stadig public service TV år 2000?
- Produceres der stadig danske TV-spil og TV-serier år 2000?
- TV år 2000 ???

Noter

1. Der er sagt og skrevet meget om det regionale system, så det vil jeg ikke uddybe i denne sammenhæng udover at konstantere, at det regionale sendesystem er udtryk for en kulturpolitisk prioritering, der i TV-sammenhæng er meget omkostningsfuld. En vurdering af det regionale system skal derfor tage udgangspunkt i de kulturpolitiske overvejelser og undlade kortslutningen til TV 2's generelle økonomiske problemer.

2. TV 2's budget for 1991 (mill. kr.):

TV 2 / Danmark.	
Programomkostninger	267
Personaleomkostninger	123
Afdelingsomkostninger	23
Lokaleomkostninger	9
Udsendelsesomkostninger	67
Amortation af sendenet	49
Finansieringsomkostninger	100
Ialt TV 2 / Danmark	659
Regionerne ialt	241
Samlet TV 2 budget	900

Eftersom reklameindtægterne markant svigtede, blev TV 2 i løbet af året nødt til at foretage besparelser på ca 25 mill og optage lån til finansieringen. TV 2 forliget december 1991 indebærer endvidere en fritagelse for at betale renter og afdrag på det statslån, der blev optaget i TV 2's etableringsfase.

3. Hosstående skema viser budgetterne for TV 2 i 1991-93, som blev fastlagt i licensforliget foråret 1990 og de reviderede tal i forhold til TV 2 forliget i december 1991. Budgetternes indtægtside indeholder licensmidler og forventede reklameindtægter. Der er i det oprindelige forslag en mindre forskel mellem indtægts- og udgiftsiden, som skulle reguleres i forhold til TV 2 fonden. Skemaet inddrager også TVR's skøn over reklameindtægterne december 1991 lige før indgåelsen af TV 2 forliget december 1991, der gav TVR mulighed for at øge reklamernes omfang. Men eftersom TVR har haft vanskeligheder ved at sælge den tildelte reklametid er det tvivlsomt, at TV 2 forliget reelt vil løse TV 2's økonomiske problemer.

	1991	1992	1993
TV 2's budget efter			
licensforliget (mill. kr.)	900	917	935
Licens	173	163	143
Reklame	725	760	810
TV 2's budget efter			
TV 2 forliget dec. 91-		809	830
TVR's skøn over			
reklameindt.	585	620	660

Poul Erik Nielsen er kandidatstipendiat ved Institut for Informations- og medievidenskab på Aarhus Universitet.

Ligheder og forskelle

En sammenligning af DR og TV 2's programudbud, seertal og vurdering i 1990 ud fra et public-service perspektiv.

Af Karl-Henrik Bentzon, Niels-Aage Nielsen & Erik Nordahl Svendsen

Danmarks Radio er i alle henseender et eksempel på en klassisk "public service" institution. Men hvad med TV 2?

Lovgiverne gjorde, hvad de kunne for at sikre TV 2 medlemskab af samme "public service" familie, men det offentlige billede eller image af TV 2 placerer nærmest kanalen som popularitetssøgende og kommerciel. Hvad er sandheden?

Denne undersøgelse sammenligner samtlige programmer sendt fra henholdsvis DR TV og TV 2 efter kl. 17.00 i 1990. Ud fra en summarisk kategorisering af programmerne konkluderer undersøgelsen, at TV 2 i sit overordnede programudbud meget mere ligner en "public service" institution end en kommerciel kanal. Denne konklusion får især tyngde, når nogle tyske kommercielle satellitkanaler inddrages i sammenligningen.

Men samtidig viser undersøgelsen, at DR og TV 2 ikke er ens, når de to kanaler sammenlignes mere detaljeret. DR er mere "public service" orienteret end TV 2. Det viser sig bl.a. i udbuddet af fakta, af dansk dramatik og af børneprogrammer.

Alle seerdata i undersøgelsen er hentet fra AIM's interviewundersøgelser. Fra 1.1.1992 er TV-selskaberne gået over til at anvende AGB Gallups elektroniske TV-Meters (panel på 500 husstande med ca 1200 personer).

Undersøgelsen er også trykt i Medieforskning i Danmarks Radio 1990.

Problemstilling

TV 2 begyndte sine udsendelser 1. oktober 1988. TV 2 er organisatorisk fuldstændigt adskilt fra Danmarks Radio (DR). I de første par år har der heller ikke været tale om nogen synlig programkoordinering mellem de to kanaler¹. Man kan derfor i det mindste for hele 1990 karakterisere forholdet mellem DR og TV 2 som rendyrket konkurrence, selv om den stående debat om kvalitet kontra seere slører, hvad der egentlig har været konkurrencens genstand.

Fra lovgivers side har ikke alene DR, men også TV 2 klare public service forpligtelser. Det viser følgende formuleringer fra lovteksten:

Danmarks Radio er ifølge Radioloven "forpligtet over for hele befolkningen til at sende fjernsynsprogrammer omfattende nyhedsformidling, oplysning, underholdning og kunst". DR skal "lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfrihed.", og "i programudbudet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. I informationsfor-

midlingen skal DR "lægge vægt på saglighed og upartiskhed."

TV 2 skal "tilvejebringe og sprede landsdækkende og regionale fjernsynsprogrammer; (...) skal i programlægningen lægge afgørende vægt på kvalitet, alsidighed og mangfoldighed; (...) skal i den regionale programlægning lægge vægt på tilknytning til regionen; (...) skal producere nyheds- og aktualitetsudsendelser; (...) skal fortrinsvis tilvejebringe øvrige programmer ved køb hos andre producenter"². TV 2 må lade reklamer og programmer, hvortil der ydes tilskud indgå i programvirksomheden. Reklamer skal dog være klart adskilt fra ordinære udsendelser. I den ministergodkendte vedtægt for TV 2 kan endvidere læses: "Det skal tilstræbes, at mindst halvdelen af programudbuddet består af dansk/nordisk produktion". Den sidste passus indeholder indirekte et krav om, at TV 2 skal engagere sig i en betydelig entreprisproduktion, fordi det nordiske udbud af fremmedproduktioner er meget begrænset.

Ifølge radioloven er der altså både ligheder og forskelle i de to kanalers målsætning. Ligheden ligger i et fælles krav om kvalitet, alsidighed og mangfoldighed i programudbuddet. Forskellen ligger i, at DR på forhånd er forpligtet til at sende programmer omfattende nyheder, oplysning, underholdning og kunst. TV 2 har ikke en tilsvarende eksplicit forpligtelse, men skal til gengæld sende regionalprogrammer. Endelig er der for TV 2 defineret grænser for, hvad der må egenproduceres og mængden af ikke-nordiske programmer. Tilsvarende lovbestemmelser findes ikke for DR.

Såvel DR som TV 2 er altså underlagt nogle krav og begrænsninger i deres programudbud, der skal tjene en af lovgivningsmagten defineret almeninteresse. Juridisk set må derfor begge kanaler betegnes som *public service* institutioner inden for en forholdsvis bred lovgivningsmæssig ramme.

En iøjnefaldende forskel mellem de to kanaler ligger derimod i deres respektive finansieringsform. DR er næsten udelukkende licensfinansieret, hvorimod TV 2 henter 2/3 af indtægterne fra TV-reklamer. TV 2 har til

forskel fra DR en begrænset ret til at vise reklamer, men reklamedriften som sådan er udskilt i et selvstændigt selskab, TVR.

Det er et kendt forhold, at reklameindtægternes omfang er mere eller mindre proportionale med opnåede seertal. Populære programmer sikrer en høj seerdækning på omkringliggende reklameblokke, og dermed interesse og betalingsvilje hos potentielle annoncører.

Det skal derfor opstilles som hypotese, at TV 2 i højere grad end DR forfølger seermaksimerende program mål, fordi afhængigheden af reklameindtægter, giver TV 2 et økonomisk incitament til at søge høje seertal. DR, hvis økonomi i realiteten er bevillingsstyret, har ikke den samme tilskyndelse.

Seermaksimerende program mål er tendentielt i modstrid med en public-service målsætning, der i tillæg til populære programmer også søger at tilgodese andre program mål.

Pointen er her, at afhængigheden af reklameindtægter kan fremtvinge et seermaksimerende TV-udbud, selv om der hos TV 2's ledelse er en udtalt vilje til *ikke* at lade en sådan sammenhæng slå igennem. På det punkt har TV 2's administrerende direktør Jørgen Schleimann udtrykt sig meget klart: ".TV 2 har en *public broadcasting* forpligtelse helt på linje med den, der påhviler Danmarks Radio. Den omstændighed, at TV 2 skal tjene størsteparten af sine penge selv, ændrer intet heri" (Information, 1-2 oktober 1988).

Spørgsmålet er så, om Schleimann har haft magt som han tilsyneladende har agt. For at kunne besvare dette spørgsmål, må man forinden gøre sig nogle overvejelser over, hvilke frihedsgrader TV 2 i det hele taget har i lyset af de nævnte lovgivningsmæssige forpligtelser. De vigtige begrænsninger her er, at højst 50% af programudbuddet må være af ikke-nordisk oprindelse. Det vil i praksis sige ikke-nordisk fremmedproduktion. Dernæst er egenproduktionen begrænset til nyheds- og aktualitetsudsendelser, herunder sport. Endelig, at der skal være en vis mængde regionalprogrammer.

Hvis TV 2 inden for den lovgivningsmæssige ramme skal forfølge en seermaksimerende programstrategi, kan man for at sige det me-

get kort forvente følgende programudbud: Egenproduktionen vil være koncentreret om nyheds- og sportudsendelser. Den danske entrepriseproduktion vil samle sig om underholdningsudsendelser, hvortil kommer dansk fremmedproduktion inden for spillefilm. Endelig vil den udenlandske fremmedproduktion koncentrere sig om spillefilm og seriefiktion.

Finansieringsformen kan ses som et supplement til den mere klassiske sondring mellem profit og ikke-profitorganisationer. Empirisk er det sådan, at profitorienterede TV-selskaber *altid* er reklamefinansierede og/eller finansierede ved pay-TV, hvorimod ikke-profitorienterede selskaber i dag kan være finansierede af såvel licens- som reklameindtægter eller en kombination af begge.

En profitstyret og reklamefinansieret kanal antages uden videre at føre en seermaksimerende programstrategi med den restriktion, at produktions- eller sendekomkostningerne skal holdes på det lavest mulige niveau. En ikke-profitstyret, men reklamefinansieret kanal, kan opleve en konflikt mellem at søge mange seere af hensyn til reklameindtægterne og ønsket om et differentieret programudbud, herunder "smalle" programmer. En ikke-profitstyret og licensfinansieret kanal må antages at stå friest m.h.t. at realisere en ønsket programstrategi.

Tesen om sammenhæng mellem en TV-kanals institutionelle opbygning og dens programpolitik kan derfor generaliseres ved at kombinere de to sondringer, som det fremgår af følgende skema. I skemaet er placeret de kanaler, der vil indgå i den empiriske undersøgelse:

Skema 1: Institutionsformer for TV-selskaber

	licens	reklamer
non-profit	1: DR	2: TV 2, ARD, ZDF
profit	3:	4: SAT1, RTL+

Ud fra skema 1 kan vi opstille en hypotese om sammenhængen mellem en TV-kanals grund-

læggende institutionelle opbygning og dens strategi for programudbud:

- Non-profit + licens: mindst seermaksimerende
- Non-profit + reklamer: seermaksimerende i middel grad
- Profit + reklamer: mest seermaksimerende

Hypotesen afprøves empirisk i de næstfølgende afsnit. Forinden følger et afsnit om den valgte metode.

Metode

Den empirisk afprøvning vil foregå på den måde, at først sammenlignes celle 1, 2 og 4 med DR, TV 2 og de tyske TV-kanaler som eksempel, jvf. skema 1. Celle 3 kunne forekomme, men er i praksis utænkelig. Dernæst foretages en mere indgående sammenligning af DR og TV 2, der er hovedemnet for artiklen.

Formålet med sammenligningen er at rangordne TV-selskaberne i forhold til en "idealtypisk" forestilling om public-service virksomhed. Man skal dog være opmærksom på, at selve "public service" begrebet er omdiskuteret. Men i et forsøg på at sammenfatte forskellige brugsmåder af dette begreb, er det karakteristisk, at der til en TV-station stilles såvel krav til den institutionelle ramme som produktionen, dvs. program mål (her taget fra en norsk forskers oversigt)³:

Institutionel ramme:

- Offentlig kontroll/samfunnstyring af institutionen (e)
- Offentlig kontroll med programstandard og kvalitet
- Fravær af profitmotiv
- Profitten er regulert
- Fravær av reklame, bare licensfinansiering
- Reklamen er regulert

Programsmål:

- informasjon og kultur prioriteres fremfor underholdning
- informasjon, underholdning og opplysning prioriteres likt
- bredde, kvalitet og popularitet tillegges like stor vekt

- regionale og lokale program
- ansvarlighed overfor særlig udsatte grupper (f.eks. barn)
- program både for små og store seergrupper ansvar for at styrke national fjernsynsproduktion

Det uklare begrebsindhold kommer frem bl.a. i første og anden stipulation under program mål. De er uforenelige, men kan eventuelt tolkes som henholdsvis et maksimums- og et minimumskrav til public-service virksomhed.

De forskellige brugsmåder af public-service begrebet giver tilsammen den opfattelse, at der er en nødvendig sammenhæng mellem visse institutionelle kendetegn ved en TV-station og dens mulighed for at realisere public-service målsætninger for programvirksomheden. Men hvor langt rækker denne nødvendighed i virkeligheden? Det er hovedspørgsmålet, denne artikel søger at besvare.

Ud af de nævnte *programmål* for public service virksomhed, kan der opstilles nogle indikatorer på public-service virksomhed, der kan bruges til at rangordne TV-stationer i forhold til hinanden på en skala fra public-service orientering til kommerciel virksomhed. Det er ikke sikkert, at de forskellige indikatorer giver helt samme rangordning, men det afspejler flerdimensionaliteten i public-service begrebet:

- Faktaprogrammers andel af samtlige programmer
- Samfunds- og kulturorienteringens andel af samtlige faktaprogrammer
- Andelen af programmer for særlige grupper, såsom børn
- Andelen af regionale programmer
- Andelen af egen- eller entreprisproducerede nationale programmer, specielt inden for fiktion
- Andelen af smalle programmer med høj vurdering

Datagrundlaget er en database over samtlige DR og TV 2 programmer i 1990 sendt efter ca. kl. 17.00. Hvert program er klassificeret efter et kategorisystem, der for tiden anvendes som

en del af DR's produktionsplanlægning. Derudover indeholder databasen bl.a. oplysninger om programmets sendetid, dets seerdækning og -vurdering. Viden om de tyske kanaler er baseret på sekundæroplysninger og omfatter kun programudbuddet i meget grove kategorier.

Det er et typisk ekstensivt datadesign, hvor vi har få oplysninger om mange programmer. Det er samtidigt undersøgelsens såvel styrke som svaghed. Undersøgelsen vil have stor repræsentativ udsagnskraft, fordi den i hvert i fald inden for den valgte sendeflade baserer sig på et totalt materiale. Svagheden ligger i de summariske oplysninger om hvert program. Kategoriseringen af programmer, som repræsenterer den centrale information for undersøgelsen, er baseret på få og ydre kendetegn ved programmerne.

Når vi i det følgende søger at besvare undersøgelsens vigtigste spørgsmål om forskelle og ligheder mellem DR og TV 2, vil datamaterialet i sin opbygning på forhånd sikre en meget høj grad af *pålidelighed* (reliabilitet). Vi har f.eks. ikke problemer med repræsentativiteten. Analysen af programudbuddet baserer sig på et totalmateriale, og analysen af seertal og vurdering bygger på et meget stort antal respondenter. Derimod må vi overveje *gyldigheden* (validiteten) nærmere.

De anførte stipulationer for public service virksomhed er i sig selv meget upræcise og vanskelige at gøre målbare. Til besvarelse af spørgsmålet, om en TV-station er public-service orienteret eller kommerciel, er det derfor af liden nytte at have meget detaljerede oplysninger om hver enkelt program.

Vi finder derfor, at vores data matcher det spørgsmål, vi først og fremmest vil besvare: Ligner TV 2 mest en public-service institution som DR eller mere de kommercielle stationer som SAT1 og RTL+, m.v.?

Samtidigt er det også sagt, at undersøgelsen ikke kan svare på, om DR og TV 2 i snævrere forstand er ens eller forskellige. Vi kan f.eks. sige, hvor meget nyhedsstof henholdsvis DR og TV 2 sender, hvor mange seere nyhedsudsendelser har på de to kanaler, og hvordan de vurderer indholdet. Men om ny-

Tabel 1: Udbudssammensætning. Sammenligning af danske og tyske kanaler. Procent af sendetid kl. 19.00 - 23.00⁴

Programkategorier:	PUBLIC SERVICE		PUBLIC SERVICE		PRIVAT	
	DR	TV 2	ARD1	ZDF	SAT	RTL+
Nyheder	12.3	14.7 ⁵	15.5	17.7	8.7	4.5
Fakta/underv.	23.7	17.9	22.0	30.6	1.2	8.8
Nyheder + Fakta ialt	36.0	32.6	37.5	48.3	9.9	13.3
FIKTION	32.9	38.1	34.7	31.2	56.7	50.0
Underholdning	12.5	11.6	10.4	8.5	5.0	8.8
Sport	10.0	8.1	4.9	4.3	1.6	12.2
Musik	5.6	6.6	2.1	0.9	-	0.8
Underh.+sport+musik ialt	28.1	26.3	17.4	13.7	6.6	21.8
Børn & Unge	3.1	0.0	1.4	1.4	-	-
Reklamer	-	2.9	5.7	2.8	22.5	12.6
Andet	-	-	3.4	1.5	2.5	2.2
B&U, rekl.+andet ialt	3.1	2.9	10.5	5.7	25.0	14.8

hederne indholdsmæssigt er forskellige og derfor opfattes som forskellige af seerne, kan undersøgelsen under ingen omstændigheder svare på.

Sammenligning af TV-udbudet i Danmark og Tyskland

Sondringen mellem profit- og non-profit organisationer fortæller noget om de målsætninger, der søges indfriet gennem en given produktion. Sondringen mellem licens- og reklamefinansiering siger til gengæld noget om de vilkår, organisationen skal leve op til, for at få finansielle ressourcer til sin virksomhed.

I forrige afsnit blev den hypotese opstillet, at såvel profitstyring som reklamefinansiering trækker programudbudet i kommerciel retning og væk fra en public-service målsætning. Den indbyrdes vægtning af de to faktorer blev der ikke sagt noget om. Det spørgsmål skal den empiriske analyse i tabel 1 søge at besvare:

Tabel 1 sammenligner udbudssammensætningen på de danske kanaler med sammensætningen på de tyske kanaler: ARD, ZDF, SAT1 og RTL+ i 1990 i tidsrummet 19.00-23.00⁶. Forrest i tabellen er indsat ud-

budssammensætningen for DR og TV 2. Herefter følger de to tyske public-service stationer ARD og ZDF. Begge kanaler sender reklamer, men er som non-profit og public-service forpligtede organisationer underkastet lovgivningsmæssige krav til programudbud. De to kanalers institutionelle opbygning minder derfor meget om TV 2's. Endelig følger de private profitorienterede kanaler: SAT1 og RTL+.

Et generelt blik på tabellen fører til den konklusion, at DR's og TV 2's udbudssammensætninger begge ligner ARD's og ZDF's langt mere, end de ligner de to private tyske kanalers.

Fakta (inkl.nyheder) udgør lidt over 1/10 af de private kanalers samlede udbud, men på de to danske er det lidt over 1/3 og på de to tyske public service kanaler endnu mere (hhv. 38% og 48%).

Udbudet af fiktion (især serier og film) er langt større på de to private tyske kanaler (mindst halvdelen) end på de danske og tyske public service kanaler, hvor fiktionsudbudet udgør omkring en tredjedel i alle fire tilfælde. TV 2 har dog den største andel på 38%.

Udbudet af underholdning er mere ensartet over samtlige kanaler, dvs. både private og offentlige, og svinger omkring 10%.

Hvad sporten angår, havde DR VM i fodbold i 1990, hvilket forklarer den kraftige udbudsandel.

TV 2's reklamer ligger som udbudsandel i den lave ende i forhold til de tilsvarende andele på ARD og ZDF.

Det kan altså konstateres, at DR's og TV 2's udbudsstruktur, som i de store træk indbyrdes er ret ens, ligeledes i store træk minder om de tyske public service kanalers udbudsstruktur.

Vender vi tilbage til skema 1, har denne lille undersøgelse vist, at det institutionelle forhold, der frem for noget styrer programudbudet, er TV-stationens karakter af profit resp. ikke-profit orientering. Spørgsmålet om licens- eller reklamefinansiering er i den sammenhæng uden betydning. Det er endda sådan, at ZDF, der er delvist reklamefinansieret, tilsyneladende har en stærkere public-service profil end DR. 48% af ZDF's programudbud efter kl. 19.00 består af faktaprogrammer mod kun 36% af DR's. Omvendt har DR 28% underholdning, sport og musik mod kun 14% på ZDF.

Det institutionelle krav, man skal stille til et public-service TV-selskab, er derfor først og fremmest, at selskabet er organiseret som non-profit organisation. Det er formentlig svært for ikke at sige umuligt at forene profitmaksimering med public-service målsætninger.

Det er mere usikkert, om public-service målsætninger generelt kan forenes med reklamefinansiering. Det vil afhænge af nogle randbetingelser, hvor ikke mindst graden af markedsmonopol er vigtig. Hvis konkurrencen mellem TV-selskaberne i et land er stærk, må reklamefinansieringen formentlig suppleres med licensindtægter eller andet, hvis et i hovedsagen reklamefinansieret TV-selskab med public-service forpligtelser skal overleve økonomisk. Udviklingen for TV 2 er i denne sammenhæng karakteristisk. De to første år 1989 og 1990 levede TV 2 komfortabelt. Selskabet havde et de facto reklamemonopol på det danske TV-marked og kunne gennem sit reklameselskab sætte reklameprisen højt uden at ordrebøgerne blev tomme af den grund. Men TV 2 har fået stigende konkur-

rence fra den kommercielle kanal TV 3 der søger fodfæste som den tredje "Danmarks-kanal". TV 3 har ingen public-service forpligtelser og kan derfor satse på billig udenlandsk fiktion med rimeligt høje seertal. Selv om TV 3 i dag kun kan modtages af 1/3 af husstandene, mærker TV 2 allerede nu den hede ånde i nakken. Resultatet er økonomisk underskud, der udløser krav om besparelser. Det er i længden uholdbart for TV 2, der er fanget i en slags økonomisk fælde, hvor stationen på den ene side er bundet til et omkostningskrævende programudbud og på den anden side skal konkurrere om reklameindtægterne med andre kanaler, der dels ikke er pålagt samme programomkostninger, dels kan sende reklamer uden begrænsninger.

Programudbud på DR og TV 2

Tabel 2 viser, hvorledes udbudsstrukturen var på de to kanaler i 1990. Sendetiden i tidsrummet 17.00 til 23.00 er procentvis fordelt på en række hovedprogramkategorier, som det fremgår af tabellen.⁷

Udbudet på hver af kanalerne er desuden fordelt på hhv. egenproduktion, coproduktion/entreprise, dansk og udenlandsk fremmedproduktion. Kolonnen yderst til højre viser den procentvise fordeling af det samlede TV-udbud fra de to dominerende nationale kanaler.

Udbudet af *Fakta* (inkl. nyheder) udgør på begge kanaler omtrent en tredjedel af det samlede udbud. *Fiktion* omfatter med knap 32% på begge kanaler endnu en tredjedel. *Underholdning*, som er en samlebetegnelse for egentlig (ikke fiktionspræget) underholdning samt musik og sport, udgør omtrent 25% af DR's sendetid og 27% af TV 2's. Endelig viser tabellen, at DR's udbud af *børneudsendelser* med 11% er dobbelt så stort som den tilsvarende andel på TV 2. *Reklamerne* udgør 4% af TV 2's sendetid.

Hvad angår udbuddets sammensætning af hhv. egenproducerede, co- eller entrepriseproducerede og fremmedproducerede udsendelser, er der generelt den forskel man skal forvente ud fra lovens krav til TV 2. Dog

Tabel 2: Udbud af udsendelser i minutter på DR og TV 2 i året 1990 fordelt på stofområder og oprindelse

Udbud af udsendelser i minutter i total procent fra kl. 17.00	TV-kanal										DR og TV 2 total
	DR					TV 2					
	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	
	Egen prod.	Co-pr. enterp.	Fremm. Dansk	Fremm. Udland		Egen prod.	Co-pr. enterp.	Fremm. Dansk	Fremm. Udland		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Stofområder											
Nyheder	10.8	.	.	.	10.8	7.8	.	.	.	7.8	9.3
Samfundsorientering	8.1	0.3	0.5	1.8	10.8	3.5	2.7	0.0	0.4	6.6	8.7
Kulturorientering	3.8	0.1	0.1	1.4	5.4	0.3	2.1	.	2.6	5.1	5.3
Rejser, dyr og natur	0.5	0.1	0.1	1.1	1.8	0.0	1.0	.	2.1	3.2	2.5
Anden fakta	3.0	0.2	0.2	0.4	3.9	0.1	0.5	.	2.4	3.0	3.4
TV 2 regionaluds.	6.7	.	.	.	6.7	3.4
Fakta ialt	26.2	0.7	0.9	4.7	32.7	18.4	6.3	0.0	7.5	32.4	32.6
Drama: enkeltudsend.	0.7	0.4	0.8	13.2	15.0	.	0.1	1.7	17.6	19.4	17.2
Drama: serier	0.8	1.7	.	14.0	16.6	.	.	.	11.8	11.8	14.2
Fiktion ialt	1.5	2.1	0.8	27.2	31.6	0.0	0.1	1.7	29.4	31.2	31.4
Sport	7.6	.	.	2.6	10.2	7.7	0.3	0.0	0.0	8.0	9.1
Musik	2.6	0.4	0.1	1.4	4.4	0.1	3.2	.	2.0	5.3	4.9
Underholdning	7.2	1.2	.	1.8	10.2	0.4	11.9	.	1.5	13.8	12.0
Underholdning ialt	17.4	1.6	0.1	5.8	24.8	8.2	15.4	0.0	3.5	27.1	26.0
Børneudsendelser	8.8	0.2	0.0	1.9	11.0	0.0	3.5	.	1.8	5.4	8.2
Reklamer	*4.0	.	*4.0	*2.0
Alle udsendelser	54.1	4.6	1.7	39.6	100.0	26.6	25.4	*5.7	42.3	100.0	100.0

Note: I de med * markerede tal indgår reklamer

er det bemærkelsesværdigt, at ikke TV 2, men DR har mest entreprisproduktion indenfor det dyre fiktionsområde, og dermed støtter den private film og TV-industri.

Endelig ser man, at 42% af TV 2's udbud er udenlandsk fremmedproduktion over for 40% fremmedproduktion på DR. TV 2 har altså i højere grad end forudsat i loven satset på egenproduktion og entrepris – men altså undtagen fiktion – hvortil kommer en mindre andel dansk fremmedproduktion på 2%. Endelig gælder det også, at TV 2 ikke i højere grad end DR har koncentreret den udenlandske fremmedproduktion på fiktion, hvad der er typisk for en profitorienteret TV-station som f.eks. TV 3.

På det overordnede niveau – fordelingen

mellem fakta, fiktion og underholdning – konstateres det således, at lighederne i DRs og TV 2's programudbud er klart tydeligere end forskellene. Det samme gælder den overordnede fordeling mellem danske og udenlandske programmer.

Imidlertid kan denne konklusion ikke stå alene. Vi må iflg. problemformuleringen se mere detaljeret på udbudets sammensætning indenfor hovedgrupperne, både efter indhold (Tabel 2) og geografisk oprindelse (Tabel 3).

Fakta-programmer

Nyhedsudsendelserne fylder mere på DR end på TV 2 (11% imod 8%), fordi TV Avisen er

længere end TV 2-Nyhederne. TV 2 har i 1991 indført en sen nyhedsudsendelse, så denne forskel findes næppe længere.

Indenfor fakta kan man i snævrere forstand tale om, at *samfundsorientering, kulturorientering og anden fakta* er kernen i public service i den forstand, at disse programmer kan bidrage til den offentlige debat i og om Danmark. De tre programtyper er klart mere dominerende på DR (20%) end på TV 2 (15%), og især er den slags *danske* programmer mere fyldige på DR (16%) end på TV 2 (9%). DR fylder således mere i den danske samfundsdebat gennem centrale faktakategorier end TV 2 gør.

Når TV 2 alligevel når op på samme andel fakta som DR, skyldes det tre forhold: For det første bør regionalprogrammerne (6,7%) naturligt regnes med som fakta, for det andet sender TV 2 flere naturprogrammer end DR (3,2% imod 1,8%) og for det tredje køber TV 2 flere faktaprogrammer i udlandet end DR gør (7,5% imod 4,7%), og for øvrigt er TV 2's udenlandske faktaprogrammer mere præget af USA, hvor DRs præges af Norden og Europa.

Flere forhold peger således på, at DR lægger mere vægt på det seriøse fakta-stof (mere dansk samfunds- og kulturorientering, færre naturprogrammer) overfor TV 2's lettere fakta-profil (mindre dansk og flere naturudsendelser). Regionalprogrammerne falder lidt udenfor sammenligningen, da DR jo ikke har den slags udsendelser, men vel også på den måde, at de rigtigt nok skildrer dansk virkelighed, men har en mere lokal betydning.

Fiktionsprogrammer

Det centrale public service spørgsmål til fiktionssområdet handler om andelen af originale, danske TV-produktioner (egen eller entrepris), jfr. også lovens krav til DR om at sende "kunst". Her er tale om de økonomisk mest krævende programmer på TV overhovedet, og derfor kan man i et lille land som Danmark aldrig forvente, at de udgør en stor andel af sendetiden. Med andre ord er det rimeligt at sætte lup på området og fortolke selv ret små

tal som vigtige.

Hos DR var 3.6% eller ca 80 timer af sendetiden dansk fiktion (excl. spillefilm), hos TV 2 var det kun 0.1% eller 2 timer. DRs fiktion i 1990 bestod af serier, bl.a. "Kirsebærhaven", "Begær, lighed og broderskab", "Dr. Dip", "Parløb" og de første afsnit af "Ugeavisen" samt genudsendelsen af "Matador". Men også TV-spil af mere krævende karakter er en del af DRs fiktionsudbud, bl.a. "Dyret" (Cederholm), "Guitarracisten" (Fauli), "Tusmørket" (Arden), "Spaghetti (Schou) og en genudsendelse af Panduro-spillet "Louises hus". Her viser sig en markant forskel mellem DR og TV 2. DR har dansk fiktion, det har TV 2 faktisk ikke.

Som en slags erstatning for dansk TV-fiktion sender TV 2 flere danske spillefilm (1.7%) end DR (0.8%), ligesom TV 2 bruger mere sendetid på udenlandske spillefilm (17.6%) end DR (13.2%).

DR bruger lidt mindre af sendetiden på udenlandsk fiktion som helhed (27.2%) end TV 2 (29.4%), men eftersom DR jo sender færre film, bliver der indenfor den mindre udenlandske fiktionssendetid plads til flere udenlandske serier på DR (14.0%) end på TV 2 (11.8%).

Med hensyn til geografisk oprindelse (Tabel 3) er USA vigtigste kilde, idet ca 38 % af fremmedproduktionen på begge kanaler er amerikansk fiktion. DR supplerer især med nordiske og engelske fiktionsprogrammer, mens TV 2 henter forholdvis meget fiktion i andre europæiske lande og oversøiske lande udenfor USA.

Karakteristisk for DRs fiktionsudbud er således dansk fiktion – et markant public service-tegn – og forholdvis mange udenlandske serier, mens TV 2 mangler dansk TV-fiktion og præges af mange spillefilm fra ind- og udland.

Underholdning

DR sender mere sport end TV 2 (hhv. 10% og 8%). Det kan være overraskende, eftersom TV 2 har mere ry for at være sportskanal end DR. Imidlertid sendte DR i 1990 VM i Fodbold,

Tabel 3: Udbud af udenlandsk producerede udsendelser i minutter på DR og TV 2 i året 1990 fordelt på stofområder og oprindelse

Udbud af udsendelser i minutter i total procent fra kl. 17.00. Pct.basis er fremmedproducerede udsendelser uden for DK, altså ikke samtlige udsendelser som i øvrige tabeller	TV-kanal											
	DR						TV 2					
	Oprindelseskategori					Alle udsendelser	Oprindelseskategori					Alle udsendelser
	Norden u. DK	Europa u.Eng1	Eng-land	Øvrige u. USA	USA		Norden u. DK	Europa u.Eng1	Eng-land	Øvrige u. USA	USA	
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Stofområder												
Samfundsorientering	0.7	1.0	1.7	0.1	1.0	4.6	0.2	0.4	.	0.3	0.1	1.0
Kulturorientering	0.8	0.3	1.9	.	0.4	3.5	0.2	0.5	1.7	1.2	2.5	6.3
Rejser, dyr og natur	0.5	0.8	1.1	0.1	0.4	2.9	0.0	0.5	1.8	1.2	1.5	5.0
Anden fakta	0.2	0.4	0.3	.	.	1.0	0.1	0.3	1.6	0.7	2.9	5.7
Fakta ialt	2.2	2.5	5.0	0.2	1.8	12.0	0.5	1.7	5.1	3.4	7.0	18.0
Drama: enkeltudsend.	1.1	5.8	5.2	0.7	20.5	33.3	1.3	8.7	5.8	3.8	22.0	41.6
Drama: serier	0.9	2.1	12.9	2.2	17.4	35.4	.	2.9	7.7	1.7	15.5	27.8
Fiktion ialt	2.0	7.9	18.1	2.9	37.9	68.7	1.3	11.6	13.5	5.5	37.5	69.4
Sport	1.1	1.8	0.2	0.6	2.9	6.5	.	.	0.0	.	.	0.0
Musik	0.5	0.7	1.7	0.1	0.5	3.5	.	0.6	1.3	0.4	2.3	4.7
Underholdning	1.3	1.5	0.9	0.2	0.5	4.5	.	0.1	2.2	.	1.3	3.7
Underholdning ialt	2.9	4.0	2.8	0.9	3.9	14.5	0.0	0.7	3.5	0.4	3.6	8.4
Børneudsendelser	0.8	1.4	2.0	0.3	0.4	4.9	0.2	0.5	0.2	0.4	3.0	4.3
Alle udsendelser	7.9	15.8	28.0	4.4	44.0	100.0	2.1	14.6	22.4	9.6	51.3	100.0

hvilket væsentligt hæver sportens udbudsandel. Nogen sløring af det "relle billede" af sportsudbuddet på de to kanaler kan man næppe tale om, for der er jo jævnligt store sportsbegivenheder.

TV 2 har en markant overvægt af egentlige *underholdningsprogrammer*, 14% imod DRs 10%. Næsten hele TV 2's udbud er entreprisproduceret underholdning som "Lykkehullet" og "Eleva2ren". DR sender mindre underholdning, og overvejende egenproduktion (7%). Samme forhold gør sig gældende for *musikprogrammer*, som TV 2 har lidt flere af end DR, og igen præget af entreprisproduktioner med rytmisk musik (bl.a. musikvideoerne i "Hallo-Hallo").

Underholdning, musik (og spillefilm) er de eneste programtyper, hvor TV 2 sender mere dansk end DR. Det er således tydeligt, at TV 2 indenfor den nationale produktion

satser klart på sikre og populære programtyper, som samtidigt er relativt billige.

Børneudsendelser

DR sender dobbelt så mange børneudsendelser som TV 2 (11% imod 5%). På samme måde som ved fiktionen er andelen af danske programmer en særligt vigtig faktor for børneudsendelserne, og her er DRs 9.0% imod TV 2's 3.5% en markant forskel. DRs prioritering af danske børneudsendelser er et tydeligt public service tegn.

Fremmedproduktionen

Hovedresultaterne om kanalernes udenlandske programmer er, at selvom TV 2 kun har lidt flere af dem end DR (44% når reklamerne ikke regnes med imod 40%) kan de godt forekomme temmeligt forskellige, fordi de

hentes i forskellige lande. Det fremgår af nederste linje i Tabel 3, at DRs fremmedproduktion har en forholdvis større andel af nordiske og engelske programmer end TV 2. Omvendt har TV 2 en større andel fra USA og andre øversøiske markeder. Forskellen kan afspejle, at DR i særlig grad køber produktioner fra andre public service-stationer, hvorimod TV 2 i højere grad køber i lande præget af kommercielle TV-traditioner. I fortsættelse heraf kan man minde om, at TV 2's største underholdningssatsning "Lykkehjulet" jo er en nøje kopi af et amerikansk game-show, så i den forstand er TV 2's profil endnu mere amerikansk end tallene viser.

Sammenfattende om programudbudet på DR og TV 2

Vi skal forsøge at sammenfatte de væsentlige træk i DRs og TV 2's programudbud i 1990 (fra kl. 17.00), sådan som det er analyseret i programkategorierne:

1) Programfordelingen mellem hovedgrupperne fakta, fiktion og underholdning er bemærkelsesværdigt ens på de to kanaler. Dog har DR klart flere børnesendelser end TV 2.

2) Den ikke-nordiske fremmedproduktion udgør en noget større andel på TV 2 (44.0% af sendetiden) end på DR (39.6%), men den danske/nordiske produktion på TV 2 er dog større end loven kræver.

På dette overordnede niveau konkluderes, at TV 2 i sin programsammensætning ligner DR så meget, at TV 2 må kaldes en public service station, sådan som loven også forudsætter.

Men på et mere detaljeret niveau fremtræder en række vigtige forskelle, som nuancerer graden af public service på de to kanaler:

3) DRs prioritering af danske børneprogrammer

4) DRs større andel af danske faktaprogrammer indenfor samfunds- og kulturorientering markerer DRs centrale rolle for den danske offentlighed (idet der ses bort

fra naturudsendelser og regionalprogrammer)

5) DRs fiktionsudbud omfatter dansk, original TV-fiktion, også enterpriseproduktion med den økonomiske støtte til branchen, som dette indebærer, mens TV 2 klarer sig med spillefilm, særligt udenlandske. Til gengæld sender DR flere udenlandske serier end TV 2

6) TV 2's satsning indenfor dansk produktion er i forhold til DR koncentreret på underholdnings- og musikprogrammer, fortrinsvis rytmisk musik.

7) DRs udenlandske fremmedproduktion stammer i højere grad end TV 2's fra andre public service-stationer/lande

Disse fem forskelle går alle i retning af, at DR stadigvæk er den mere rendyrkede public service station, og at TV 2 på alle punkterne forfølger mere seermaksimerende målsætninger end DR gør.

Den samlede konklusion er svær at drage, fordi de indlysende ligheder ligger på et højere abstraktions-niveau end de lige så vigtige, mere konkrete forskelle. At forskellene er vigtige trods relativt små procent-udsving er med til at forklare resultaterne fra flere *imageundersøgelser* af de to kanaler, der viser at befolkningen tydeligt oplever forskellene. DR opfattes som den seriøse, oplysende kanal og TV 2 som den mere underholdende.⁸

Det vil være interessant at se i de kommende år, om der sker ændringer i både kanalernes udbud og deres image. Hvis de fremhævede detail-forskelle er bestemmende for kanalernes image, kan det godt tænkes, at de kanalernes udbud kan blive endnu mere ens i de generelle træk end nu, uden at deres image-forskel forsvinder. Hvis det omvendt viser sig, at kanalernes image nærmer sig hinanden med det nuværende udbud opretholdt, vil det betyde, at lighederne snarere end detailforskellene på længere sigt er afgørende for deres image.

Endeligt bestemmes kanalernes image også af forhold, som ikke er forsøgt målt gennem programkategoriernes grove masker. Vi tænker på fænomener som stil, tempo, henvendelsesform o.s.v., som meget vel kan tæn-

Tabel 4: Udnyttelsesprocent af udsendelser på DR og TV 2 i året 1990 fordelt på stofområder og oprindelse

Udnyttelsesprocent af udsendelser fra kl. 17.00	TV-kanal										DR og TV 2 total
	DR					TV 2					
	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	
	Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		
Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	Udnyt %	
Stofområder											
Nyheder	28.0	.	.	.	28.0	24.8	.	.	.	24.8	26.6
Samfundsorientering	8.8	7.1	5.2	5.9	8.1	9.4	7.5	7.7	12.0	8.8	8.4
Kulturorientering	5.5	1.2	3.6	4.3	5.0	11.8	8.1	.	7.8	6.7	5.9
Rejser, dyr og natur	15.3	13.3	7.9	8.5	10.6	4.2	4.6	.	7.8	6.7	8.1
Anden fakta	10.1	4.6	12.3	2.1	9.1	9.0	7.1	.	6.4	6.6	8.0
TV 2 regionaluds.	7.0	.	.	.	7.0	7.0
Fakta ialt	16.5	6.4	6.9	5.7	14.4	15.1	7.2	7.7	6.6	11.6	13.0
Drama: enkeltudsend.	12.0	9.7	16.2	9.8	10.2	.	14.2	19.6	11.0	11.8	11.1
Drama: serier	14.0	44.6	.	8.8	12.7	.	.	.	12.3	12.3	12.5
Fiktion ialt	13.0	37.9	16.2	9.2	11.5	0.0	14.2	19.6	11.5	12.0	11.7
Sport	19.8	.	.	10.6	17.5	14.5	13.8	5.9	1.0	14.4	16.2
Musik	5.3	1.8	6.2	4.3	4.7	3.0	8.1	.	4.1	6.4	5.7
Underholdning	14.6	14.6	.	13.8	14.4	11.9	22.6	.	9.1	20.8	18.1
Underholdning ialt	15.4	11.4	6.2	10.1	14.0	14.2	19.4	5.9	6.2	15.6	15.1
Børneudsendelser	2.6	13.4	1.5	2.4	2.8	5.6	2.6	.	4.6	3.3	2.9
Reklamer	11.9	.	11.9	11.9
Alle udsendelser	13.8	22.7	10.7	8.6	12.1	14.8	14.0	14.1	9.9	12.5	12.3

kes at understøtte forskellene snarere end de kvantitative ligheder.

Kanalernes image afhænger naturligvis ikke alene af det faktiske udbud, men i høj grad af, hvad folk vælger at se indenfor udbudets muligheder. Derom handler det følgende.

Udnyttelsesgrad

De foregående tabeller har udelukkende drejet sig om programudbuddet, dvs. program sammensætningen set fra en afsenders synsvinkel. Resten af artiklen vil handle om programmerne set fra modtagerens synsvinkel. To spørgsmål vil blive undersøgt, dels hvor stor en del af befolkningen, der har set de

forskellige programtyper, dels hvordan seerne har vurderet de sete programmer.

På grundlag af de løbende TV-undersøgelser beregnes en dækningsprocent for hvert program vist på DR og TV 2 efter kl. 17.00. Dækningsprocenten udtrykker, hvor stor en procentdel af befolkningen, der har set det pågældende program eller programkategori.⁹

En analyse af dækningen tjener som et supplement til den mere grundlæggende analyse af programudbuddet på DR og TV 2. Resultatet kan derfor enten forstærke eller afsvække resultatet af udbudssammenligningen. Af særlig interesse vil dog være en sammenligning af DR og TV 2 over fordelingen af henholdsvis smalle og brede programmer,

der jo indgår som et selvstændigt kriterium for public service virksomhed.

Generelt bestemmes seertallet (udnyttelsesprocenten) af to forhold, dels hvor attraktivt programmet som sådan er, dels af sendetidspunktet. Analysen her kan ikke tage højde for, om de to kanaler evt. systematisk placerer forskellige stofkategorier på gode eller dårlige sendetidspunkter, og hvilken betydning det måtte have for programtypens seertal. I den forstand går analysen ud fra, at alle programmer er sendt "på samme tid"!

Tabel 4 viser udnyttelsesprocenten inden for stofkategorier på DR og TV 2. Den samlede udnyttelse af de to kanaler fremgår dog af kolonnen yderst til højre. Underholdning rangerer højest med 15.1% efterfulgt af fakta og fiktion med henholdsvis 13.0% og 11.7%. Det er bemærkelsesværdigt, at fiktionen, dvs. for størsteparten udenlandske spillefilm og serier, kommer ud med den laveste udnyttelsesprocent. Det skal dog tilføjes, at den høje udnyttelsesprocent for fakta alene skyldes nyhedsudsendelserne.

For samtlige programmer i 1990 havde DR en udnyttelsesprocent på 12.1, der er en anelse lavere end TV 2's på 12.5. Det fremgår dog af tabellen, at der er betydelige variationer mellem de angivne programkategorier. Derudover må man være opmærksom på, at hver enkelt kategori selv er et gennemsnit over de konkrete programmer, der indgår i kategorien. Gennemsnittet dækker i flere tilfælde over betydelige variationer.

På hovedkategorier havde DR sin bedste dækning inden for fakta med 14.4% efterfulgt af *underholdning* og *fiktion* med henholdsvis 14.0% og 11.5%. TV 2 havde derimod sin bedste dækning inden for *underholdning* med 15.6% efterfulgt af *fiktion* og *fakta* med henholdsvis 12.0% og 11.6%.

Det er nærliggende at tolke den forskellige rangorden som udtryk for en stilforskel mellem de to kanaler, der ligger i forlængelse af udbudsanalysen i forrige afsnit.

Hvordan klarer dansk egenproduktionen (incl. entrepriser) sig over for udenlandsk fremmedproduktion? De danske programmers seertal er som helhed højere på begge

kanaler end de udenlandske, som har 9% på DR og 10% på TV 2.

Inden for *fakta* klarer DR's egenproduktion sig samlet bedre end TV 2's. Det skyldes TV-Avisen og DRs naturudsendelser, hvorimod TV 2's egenproducerede samfundsorientering har lidt flere seere end DRs. TV 2 har satset på en livlig debatform ("Højlands forsamlingshus"), som giver mange seere.

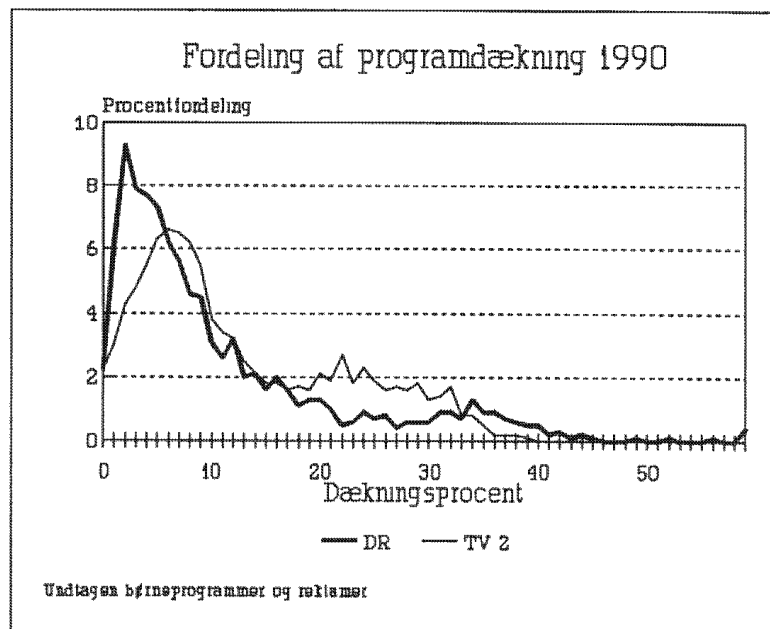
Indenfor *fiktion* er DR alene om at sende egenproduktion, og dens gennemsnitlige seertal på 13% er ikke så dårligt, når man tænker på, at der også indgår krævende TV-spil. Til gengæld har TV 2 højere seertal end DR for både danske film, udenlandske film og udenlandske serier. Om de udenlandske film og serier er det værd at bemærke, at deres seertal ligger på eller under gennemsnitseeertallene for de to kanaler som helhed. Udenlandsk fiktion er således ikke det, der i særlig grad trækker danskerne til skærmen. Danske spillefilm har derimod høje seertal på begge kanaler (16% på DR, 20% på TV 2).

Inden for egentlig *underholdning* får TV 2 flest seere (21% imod DR's 14%). Det drejer sig på TV 2 først og fremmest om "Lykkehullet" og "Eleva2eren". DR har dog også opnået en relativ succes inden for underholdningen, og det har vel at mærke være i kraft af et mangfoldigere udbud: "Labyrinth", "Hund og hund imellem", "Kvit eller dobbelt", "Den gode, den onde, den virkli'sjove", "Jensen Tonaft", "Balladen". Den udenlandske underholdning har derimod ikke opnået så høj en udnyttelsesprocent på nogen af kanalerne.

Man kan således samlet sige om befolkningens udnyttelse af udbuddet på de to danske kanaler i 1990, at efterspørgslen væsentligt har ligget på nyhedsudsendelserne. Dernæst dansk produceret underholdning, dansk fiktion og endelig dansk produceret sport. Selv i et lille land som Danmark kan den indenlandske TV-produktion godt konkurrere med fremmedproduktioner.

I et vist omfang forstærker analysen af seertallene udbudsundersøgelsen i forrige afsnit: Seertallene understreger DR som den mere public service prægede kanal, og TV 2 som den mere underholdende. DR havde

Figur 2: Fordeling af DR og TV 2 programmer efter dækning



endnu i 1990 en bedre udnyttelse af fakta og dansk fiktion end TV 2. Omvendt havde TV 2 en bedre udnyttelse inden for underholdning.

Man kan sige, at TV 2 i dag har en konkurrencestrategi over for DR, der går ud på at være på linie med eller overgå DR i dækning inden for *alle* hovedprogramkategorier, altså også fakta med nyhedsudsendelserne i spidsen, men hvor underholdningsdelen repræsenterer et særligt satsningsområde fra TV 2's side.

Smalle eller brede programmer

Det indgår i reglen som et kendetegn ved en public service kanal, at der også skal være plads for "smalle" programmer, dvs. programmer med relativt få seere. Heri er underforstået, at disse programmer naturligvis er af høj kvalitet, men at de indholdsmæssigt henvender sig til smalle målgrupper.

I figur 2 er DR og TV 2 programmer blevet relativt fordelt efter dækning. Børneprogrammer er ikke medtaget, fordi de har kunstigt lave seertal. Det skyldes, at TV-undersøgelserne kun omfatter den del af befolkningen, der er over 13 år.

Figuren viser, at DR har forholdsvist flere programmer med lave dækningstal end TV 2. TV 2 har til gengæld relativt flere programmer placeret i det tunge dækningsinterval fra

20 til 30%. Vi kan altså sige, at DR i højere grad end TV 2 lever op til den første betingelse for en public service virksomhed: at sende mange smalle programmer. Den anden betingelse er imidlertid, at disse "smalle" programmer samtidigt kan fastholde en høj kvalitet målt gennem de forholdsvis få seeres vurdering af programmet.

En korrelationsanalyse giver et interessant billede af sammenhængen mellem vurdering og seertallet (dækning). For alle programmer under eet er der på hver kanal en meget svag positiv sammenhæng mellem dækning og vurdering. På programkategorier finder vi imidlertid alene den positive sammenhæng inden for fiktion og egentlige underholdningsudsendelser. Inden for nyheder, fakta i øvrigt og sport er der derimod ingen sammenhæng. Med andre ord findes smalle kultur- og faktaprogrammer med både gode og dårlige vurderinger. En forventning om, at specielt smalle programmer som en art kompensation skulle have særligt høje vurderinger finder derfor ikke generel støtte i undersøgelsen. Der er nemlig ikke fundet negative sammenhænge mellem seertal og vurdering i materialet. På den anden side findes positive sammenhænge kun inden for den mest populære del af programfladen, dvs. det meste fiktion og underholdning, hvor tendensen er at mange seere også betyder tilfredse seere, og få

Tabel 5: Forbrug af udsendelser i minutter på DR og TV 2 i året 1990
fordelt på stofområder og oprindelse

Forbrug af udsendelser i minutter i total procent fra kl. 17.00	TV-kanal										DR og TV 2 total
	DR					TV 2					
	Oprindelseskategori				Alle udsen- delser	Oprindelseskategori				Alle udsen- delser	
	Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Stofområder											
Nyheder	24.9	.	.	.	24.9	15.5	.	.	.	15.5	20.1
Samfundsorientering	5.9	0.2	0.2	0.9	7.2	2.6	1.6	0.0	0.4	4.7	5.9
Kulturorientering	1.7	0.0	0.0	0.5	2.3	0.3	1.4	.	1.1	2.8	2.5
Rejser, dyr og natur	0.6	0.1	0.0	0.8	1.5	0.0	0.4	.	1.3	1.7	1.6
Anden fakta	2.5	0.1	0.2	0.1	2.9	0.1	0.3	.	1.2	1.6	2.2
TV 2 regionaluds.	3.8	.	.	.	3.8	1.9
Fakta ialt	35.6	0.4	0.4	2.3	38.8	22.3	3.7	0.0	4.0	30.1	34.2
Drama: enkeltudsend.	0.7	0.3	1.0	10.7	12.7	.	0.1	2.7	15.5	18.3	15.5
Drama: serier	1.0	6.2	.	10.2	17.3	.	.	.	11.6	11.6	14.4
Fiktion ialt	1.7	6.5	1.0	20.9	30.0		0.1	2.7	27.1	29.9	29.9
Sport	12.5	.	.	2.3	14.7	8.9	0.3	0.0	0.0	9.3	11.9
Musik	1.1	0.1	0.0	0.5	1.7	0.0	2.1	.	0.6	2.7	2.2
Underholdning	8.7	1.5	.	2.0	12.2	0.3	21.5	.	1.1	23.0	17.7
Underholdning ialt	22.3	1.6	0.0	4.8	28.6	9.2	23.9	0.0	1.7	35.0	31.8
Børneudsendelser	1.9	0.2	0.0	0.4	2.5	0.0	0.7	.	0.7	1.4	1.9
Reklamer	3.8	.	3.8	1.9
Alle udsendelser	61.6	8.5	1.5	28.3	100.0	31.6	28.4	6.5	33.5	100.0	100.0

seere betyder utilfredse seere.

De nævnte sammenhænge findes på begge kanaler, og det tyder på, at forholdet mellem seertal og vurdering er bestemt af seernes forhold til programtyperne, snarere end af kanalernes forskellige måder at udfylde dem på (indhold, stil m.v.)

Det forhold, at DR har relativt flere "smalle" programmer end TV 2 kompenseres ikke gennem at inddrage vurderingerne i analysen. Man kunne forvente, at DRs smalle programmer havde bedre vurderinger, men inden for kerneområdet for public-service virksomhed, fakta, konstateres ikke denne forventede omvendte sammenhæng mellem seertal og vurdering.

Forbrug

Tidsforbruget er et samlet mål for såvel kanalens udbud som seernes udnyttelse af en programtype. Forbrugets fordeling fremstilles i Tabel 5.

Omtrent 40% af seernes samlede forbrug af DR (i min.) ligger på faktaprogrammer. Kun godt 30% af TV 2-forbruget ligger tilsvarende på faktaprogrammer. Fakta udgør altså en større del af det samlede DR-forbrug end af TV 2's. Generelt ser man, at nyhedsudsendelserne forbrugsmæssigt er flagskibe for kanalernes faktaprogrammer. Samfunds- og kulturorienterende programmer kan forbrugsmæssigt ikke leve op til udbudsomfanget på nogen af kanalerne.

Dette generelle forhold forhindrer natur-

Tabel 6: Forbrug af udsendelser i minutter på DR og TV 2 i året 1990 fordelt på stofområder og oprindelse

Forbrug af udsendelser i minutter fra kl. 17.00 i procent inden for stofområder og oprindelse	TV-kanal										DR og TV 2 total
	DR					TV 2					
	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	
	Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Stofområder											
Nyheder	60.7	.	.	.	60.7	39.3	.	.	.	39.3	100.0
Samfundsorientering	68.4	10.1	95.7	68.0	59.8	31.6	89.9	4.3	32.0	40.2	100.0
Kulturorientering	85.1	0.9	100.0	30.6	44.3	14.9	99.1	.	69.4	55.7	100.0
Rejser, dyr og natur	98.8	15.0	100.0	37.0	46.6	1.2	85.0	.	63.0	53.4	100.0
Anden fakta	97.9	22.6	100.0	5.1	63.8	2.1	77.4	.	94.9	36.2	100.0
TV 2 regionaluds.	100.0	.	.	.	100.0	100.0
Fakta ialt	61.5	9.8	100.0	36.5	56.3	38.5	90.2	0.0	63.5	43.7	100.0
Drama: enkeltudsend.	100.0	72.7	26.8	40.1	40.2	.	27.3	73.2	59.9	59.8	100.0
Drama: serier	100.0	100.0	.	45.9	59.1	.	.	.	54.1	40.9	100.0
Fiktion ialt	100.0	98.5	27.0	43.5	50.1	0.0	1.5	73.0	56.5	49.9	100.0
Sport	57.4	.	.	99.9	60.6	42.6	100.0	100.0	0.1	39.4	100.0
Musik	97.3	2.6	100.0	42.7	37.6	2.7	97.4	.	57.3	62.4	100.0
Underholdning	96.1	6.2	.	63.3	34.0	3.9	93.8	.	36.7	66.0	100.0
Underholdning ialt	70.8	6.3	50.0	73.9	45.0	29.2	93.7	50.0	26.1	55.0	100.0
Børneudsendelser	99.6	19.0	100.0	36.3	63.3	0.4	81.0	.	63.7	36.7	100.0
Reklamer	100.0	.	100.0	100.0
Alle udsendelser	65.3	22.5	18.5	44.9	49.1	34.7	77.5	81.5	55.1	50.9	100.0

ligvis ikke kanalerne i at have publikumssuccesser også inden for fakta. Således kan enkelte faktaudsendelser eller faktaserier sagtens hamle op med nyhedsudsendelser og populære underholdningsprogrammer. Men frem for alt har nyhedsudsendelserne i modsætning hertil et både relativt højt, men også meget stabilt forbrugsmønster.

Fiktionsforbruget dækker 30% af seertiden på hver af kanalerne. På TV 2 er det næsten altsammen (27%) udenlandsk fiktionssending, mens en trediedel af fiktionssendingen på DR retter sig imod dansk fiktion.

Den største divergens i forbrugsmønster finder vi på underholdningssiden. Forbruget af underholdningsprogrammer udgør 35% af TV 2's samlede forbrug imod 29% af DR's.

Udbudsanalysen viste, at DR på vigtige detailpunkter har en stærkere public-service profil end TV 2. Analysen af forbruget forstærker dette billede. Især inden for underholdning har TV 2 en langt større forbrug end DR, og på fakta området havde omvendt DR i 1990 et relativt større forbrug end TV 2. Forbrugsanalysen modificerer altså yderligere billedet noget af de to kanaler som "ens", og støtter dermed også imageundersøgelsernes resultater, som tydeligt viser, at de opfattes som forskellige.

Tabel 6 bygger på samme data som tabel 5, men procentbasis er anderledes. I tabel 6 beregnes for hvert stofområde procentfordeling mellem DR og TV 2. Det er en form for "share of viewing" eller markedsandel for DR

og TV 2 indenfor en bestemt type programmer.¹⁰

Af tabel 6 kan man f.eks. læse, at 60% af den samfundsorientering, der ses på dansk TV, hentes på DR, at 98,5% af den sete entreprisproducerede danske fiktion blev set på DR og at der stod DR på 63% af børneudsendelses-seningen. For TV 2 kan som eksempler nævnes, at 63% af seertiden på naturudsendelser lå på TV 2, at 73% af danske spillefilms seertid var fra TV 2, og at 66% af danskernes TV-underholdningstid stammer fra TV 2.

Disse resultater tilfører ikke de tidligere analyser ny erkendelse, men præsenterer de samme pointer på en anden led.

Vurderingsanalyse

Den gennemsnitlige vurdering inden for stofkategorier findes i tabel 7. Indeks er baseret på en femtrins skala fra 1 (meget dårlig) til 5 (meget god).

Det fremgår af tabel 7, at for alle programmer under et har DR og TV 2 næsten det samme vurderingsgennemsnit (3.96 mod 3.94). Man må altså konkludere, at seerne på den oplevede kvalitet vurderer de to kanaler som lige gode. Men der gør sig visse større forskelle gældende mellem de enkelte programkategorier.

DR's nyhedsudsendelser har med 4.00 en lidt bedre vurdering end TV 2's 3.93. For fakta samlet er vurderingen mere ens mellem de to kanalers udsendelser i 1990 (3.99 mod 3.97).

På fiktion har DR totalt med 4.00 en bedre vurdering end TV 2's 3.87, men det resultat er især præget af DR's coproducerede "Mata-dor" med ekstremt høje vurderinger. De udenlandsk fremmedproducerede film har samme vurdering på de to kanaler, 3.84. Derimod har TV 2 på deres danske spillefilm en væsentlig højere vurdering end DR (3.94 mod 3.83). Sammenholder vi videre de udenlandsk fremmedproducerede serier har DR med 3.94 en lidt bedre vurdering end TV 2 med 3.92. Endelig bemærkes, at vurderingen af DR's egenproducerede dramatik (3.57) og fiktionsserier (3.61) ligger på et noget lavere niveau end begge kanalers fremmedproduk-

tion. Her svarer vurderingen ikke helt til udnyttelsesgraden, som vi ovenfor så var relativt høj for disse udsendelser. Da TV 2 jo ikke har dansk TV-fiktion, kan de lave vurderinger på DR ikke sættes i lys af en direkte sammenligning.

Samlet ligger fiktionsvurderingerne på de to kanaler ret moderat (når bortses fra "Mata-dor"), og svarer altså ganske godt til, hvad der hidtil er konkluderet om fiktionens begrænsede rolle for de to kanalers programudbud og seertal.

Inden for underholdningskategorien opnår TV 2 bedre vurdering end DR. Det er især væsentligt, at TV 2's entreprisproducerede underholdning har 3.94 over for DR's egenproducerede, som får 3.84.

På sportsområdet har TV 2 med 4.06 også klart bedre vurdering end DR med 3.94 trods VM-fodboldens høje seertal.

Vurderingen af børneudsendelserne er det ikke så relevant at kommentere, da vurderingerne er afgivet af voksne.

Generelt kan vi af vurderingsresultaterne se, at TV 2 med held har satset på sport og underholdning. Men TV 2 opnår også inden for fakta vurderinger, der ligger på højde med DR's. Nyhederne fik lavere vurderinger i 1990 end TV-avisen, men denne forskel er forsvundet i 1991. DRs public service profil indenfor fakta kan således ikke aflæses af vurderingstallene, ligesom det andet vigtige public service område, den danske fiktion, ikke udmærker sig særligt via vurderingerne.

Konklusion

Denne undersøgelse har først og fremmest drejet sig om forskelle og ligheder mellem DR og TV 2 i et public service perspektiv. Hvorvidt de konstaterede ligheder eller forskelle falder mest i øjnene kan tallene som sådan ikke afgøre. Det kræver en målestok fastlagt uden for analysen. Den målestok er forsøgt fremlagt ved en konkretisering af udvalgte public service-kriterier.

Da forfatterne begyndte på denne undersøgelse, havde vi en forventning om en betydelig forskel mellem DR og TV 2. Vi delte

Tabel 7: Vurderingsgennemsnit af udsendelser på DR og TV 2 i året 1990 fordelt på stofområder og oprindelse

Vurderingsgennemsnit af udsendelser fra kl. 17.00	TV-kanal										DR og TV 2 total
	DR					TV 2					
	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	Oprindelseskategori				Alle udsendelser	
	Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		Egen prod.	Co-pr. entre.	Fremm. Dansk	Fremm. udland		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Stofområder											
Nyheder	4.00	.	.	.	4.00	3.93	.	.	.	3.93	3.97
Samfundsorientering	3.94	3.49	3.93	3.95	3.93	3.84	4.03	3.85	3.99	3.92	3.93
Kulturorientering	3.89	3.89	4.19	4.04	3.93	3.97	3.98	.	3.93	3.96	3.94
Rejser, dyr og natur	4.18	4.04	4.25	4.32	4.25	4.03	4.21	.	4.25	4.24	4.24
Anden fakta	3.99	4.11	4.19	3.73	4.00	4.17.	4.11	.	4.15	4.14	4.05
TV 2 regionaluds.	3.98	.	.	.	3.98	3.98
Fakta ialt	3.98	3.78	4.06	4.08	3.99	3.92	4.03	3.85	4.10	3.97	3.97
Drama: enkeltudsend.	3.51	3.44	3.83	3.84	3.81	.	3.73	3.94	3.84	3.85	3.84
Drama: serier	3.61	4.54	.	3.94	4.14	.	.	.	3.92	3.92	4.05
Fiktion ialt	3.57	4.48	3.83	3.88	4.00	.	3.73	3.94	3.87	3.87	3.94
Sport	3.96	.	.	3.85	3.94	4.06	4.14	3.93	4.19	4.06	3.98
Musik	3.89	3.87	4.07	4.21	3.99	3.71	4.01	.	3.83	3.97	3.98
Underholdning	3.84	3.84	.	3.80	3.84	3.58	3.94	.	3.96	3.93	3.90
Underholdning ialt	3.90	3.84	4.07	3.87	3.90	4.04	3.94	3.93	3.91	3.97	3.90
Børneudsendelser	3.83	4.16	3.69	3.94	3.87	.	4.04	.	3.97	4.01	3.92
Reklamer	4.01	.	4.01	4.01
Alle udsendelser	3.94	4.34	3.91	3.90	3.96	3.96	3.96	3.94	3.91	3.94	3.95

derfor mere eller mindre den almindelige vurdering af de to kanaler, at DR er seriøs og public-service orienteret, hvorimod TV 2 er popularitetssøgende og kommerciel.

Det første resultat er imidlertid, at lighederne i *programudbudets overordnede sammensætning* falder i øjnene, og at TV 2 ved sammenligning med decideret kommercielle kanaler (de tyske eksempler) uden tvivl ligner public service, herunder DR, mere end stationen ligner de private kommercielle. Det bragte os til at konkludere, at profitmotivet er mere afgørende for programsammensætningen end finansieringsformen (reklame).

Men den *detaljerede programanalyse* viste også klare forskelle i graden af public service,

hvor DR afgørende markerer sig med børneprogrammer, centrale faktaområder, dansk fiktion og mere public service i den indkøbte fremmedproduktion, hvoroverfor TV 2 satser sin danske produktion indenfor underholdning. TV 2's regionale programmer har ikke været meget behandlet i analysen, simplethen fordi DR ikke har tilsvarende, men de bør nævnes som et klart public service element i TV 2's udbud.

Analysen af *seertallene* forstærker forskellene mellem DR og TV 2. Seernes brug af de to kanaler trækker forskellene yderligere op og gør DRs public service karakter endnu tydeligere. Dermed forklares også de forskelle i kanalernes image, som flere undersøgelser

har demonstreret.

Den opstillede hypotese – at TV 2 i højere grad end DR forfølger seermaksimerende program mål – bliver således bekræftet, dog ikke til en sådan grad, at TV 2 kan frakendes status som public servicekanal.

Seertalsanalysen viser dog på to punkter, at DR imod forventning ikke er "mere" public service end TV 2. Det er for det første med hensyn til de smalle programmer (her defineret som udsendelser med lave seertal), som DR rigtigt nok har flere af, men uden at der kan påvises en systematisk sammenhæng med bedre vurderinger. Det andet forhold er, at DR ikke generelt har bedre vurderinger indenfor public service-områder som fakta og dansk fiktion overfor udenlandsk.

Skal man udlæse et perspektiv for kanalerne må det blive, at DRs public service karakter må kunne fremtræde klarere netop indenfor smalle programmer og bedre vurderinger af disse. For TV 2 handler perspektivet om at skabe mere dansk produktion indenfor både fiktion og fakta og ikke blot underholdning. Så vil sammenligningen mellem kanalerne blive endnu mere på sin plads også i relation til entreprisproduktionens økonomiske betydning.

Vi er samtidigt opmærksom på, at resultatet delvis kan afspejle det valgte måleinstrument. Kategoriinddelingen er grov og anskuer i udpræget grad programmerne set fra en producents synsvinkel. Mange forskelligheder programmerne imellem fanges derfor ikke op i analysen. Det er ikke i sig selv noget problem. Forenkling er altid nødvendig. Det afgørende er, at forenklingen ikke systematisk skævrider analysen til fordel for bestemte programtyper eller kanaler. Forfatterne tror ikke, at der er en sådan "metodebias" i undersøgelsen. I modsat fald ville vi af gode grunde ikke have skrevet artiklen.

Appendiks: data og analysemetoder

Data

Siden 1. oktober 1988 har TV-selskaberne: DR, TV 2 og TVR i fællesskab afholdt daglige undersøgelser af danskernes TV-forbrug. Datainsamling og rapportering udføres ifølge kontrakt af analyseinstituttet AIM.

Der udspørges dagligt 125 tilfældigt udvalgte danskere over 13 år om sidste 4 dages TV-forbrug. Det betyder, at man får ca. 500 daglige interviews. Data indsamles v.h.j.a. edb-styrede telefoninterviews (CATI). Der anvendes spørgning om enkeltprogrammer (probing) for DR's og TV 2's vedkommende, men ikke for de øvrige TV-kanaler. Seningen registreres på 5 minutters intervaller i den fælles sendetid for DR og TV 2, dvs. normalt fra kl. 17.00 hver dag. Derudover bedes respondenterne vurdere DR's og TV 2's programmer på en skala fra 1 (meget dårligt) til 5 (meget god). Dækningsmål og vurdering for enkeltprogrammer beregnes ved at sammenkøre seningen på 5-minutters intervaller med daglige programlogs fra DR og TV 2, der som mindstemål af information indeholder kanal, dato, begyndelses- og sluttidspunkt og programtitel.

Som anført udføres standardrapporteringen af AIM, men derudover får DR overført rådata direkte fra AIM og har derfor kunnet opbygge sin egen database, der indeholder dæknings- og vurderingsmål for enkeltprogrammer fra DR og TV 2. Ved at anvende produktionsnummeret som nøgle, har det endvidere været muligt at koble programdatabasen sammen med DR's nuværende programkategorisystem. En tilsvarende automatisk sammenkobling har af gode grunde ikke kunnet lade sig gøre for TV 2's programmer, som også er indeholdt i databasen.

Derfor har Medieforskningen i samarbejde med Århus Universitet (Frands Mortensen, Center for Kulturforskning) iværksat en kategorisering af samtlige TV 2 programmer efter en smule forenklet udgave af det system, som anvendes i DR. Foreløbigt er samtlige TV 2 programmer i 1990 blevet kategoriseret. Som kildegrundlag er anvendt TV 2's ugent-

lige programoversigter. Denne kilde har med få undtagelser været tilstrækkelig til at tillade en entydig klassifikation af programmerne fra TV 2.

Der er indkodet 4 typer oplysninger om hvert program:

- 1: Oprindelse (anvendes i artiklen)
- 2: Stofområde (anvendes i artiklen)
- 3: Målgruppe: børn eller voksne (anvendes i artiklen)
- 4: Sendestatus: førstegang- eller genudsendelse (anvendes ikke)

Analysen

Formålet med artiklen er at sammenligne udbuddet, dækning, forbrug og vurdering af samtlige programmer fra DR og TV 2 efter kl. 17.00 i 1990. Denne sammenligning skal imidlertid foretages inden for et kryds af stofområder og oprindelse. Til det formål produceres en standardtabel, der for henholdsvis DR og TV 2 krydser 13 stofområder med 4 oprindelseskategorier. Hver celle indeholder en totalprocent af hele kanalens udbud eller forbrug.

Eftersom det oprindelige datagrundlag består af enkeltprogrammer, er hvert program vejet med udsendelseslængden i minutter for alle tabeller, der vedrører udbud, dækning og forbrug. Tabellen over vurderinger er vejet med forbruget ud fra den betragtning, at det kun er de svarpersoner, der har set et program, der får mulighed for også at vurdere det. Billedligt talt kan vejningen opfattes som, at alle de programmer, der indgår i en kategorikombination (stofområder, oprindelse) analyseres som ét langt program.

Udbudsanalysen beregner den procentvise fordeling af programudbuddet i minutter efter kl. 17.00. Denne analyse kunne i princippet gennemføres uden seertal.

Dækninganalysen udtrykt som udnyttelsesprocenten beregner et vejet gennemsnit af de programmers dækning, som indgår i kategorikombinationerne. Dækningsmålet for det enkelte program svarer til den algoritme, der for nærværende anvendes i de officielle rapporter fra AIM. Dækningstallet defineres som den gennemsnitlige andel af befolkningen

over 13 år, der har set det pågældende program.

Forbrugsanalysen er et produkt af udbudsfordelingen og dækningsprocenterne. En programkategori vil have en højere forbrugsend udbudsandel, hvis dækningen for den pågældende kategori har ligget over gennemsnittet og omvendt.

Vurderingsanalysen giver et vejet gennemsnit af de programmers vurderingsindeks, der indgår i kategorien. Hvert program er vejet med forbrugsandelen. Vurderingsindeks går fra 1 (meget dårlig) til 5 (meget god).

Noter

1. I august 1991 er der indgået en aftale mellem DR, TV 2 og TV3 omkring fælles udsendelse af olympiade-TV. I den forbindelse synes der også at være aftalt en videregående programkoordinering mellem DR og TV 2, selv om der synes at være uenighed om aftalens omfang. DR tolker aftalen mere vidtgående end TV 2, jvf. Information 2.8.1991. 9.9.1991 har TV-programdirektør Ingolf Gabold (DR) og programchef Jørgen Steen Nielsen (TV 2) dog udsendt en fælles pressemeddelelse, der fastslår, at de to kanaler vil søge at undgå at udsende programmer af samme genre på samme tid.
2. Lovciter er hentet fra: "Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed". Kommunikationsministerens lovebekendtgørelse, nr. 339 af 22. maj 1990.
3. Trine Syvertsen: Kringkastning i 1990-årene: hvem er mest 'public service'?. I Ulla Carlsson (red.): Medier, Mennesker, Samfund. Nordicom-Nytt, 1990. Hun opregner flere egenskaber ved public-service virksomhed end gengivet her.
4. Sendetidsfordelingen på de danske kanaler afviger en smule fra tabel 2 nedenfor, fordi sendetiden af hensyn til sammenligneligheden med de tyske kanaler er sat fra kl. 19.00 til 23.00.
5. Inclusive regionaludsendelser med 6.7% dækning.
6. De tyske data stammer fra: Udo M. Krüger: "Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System. Programmanalyse 1990." in Mediaperspektiven 5/91.
7. Hvad de anvendte kategoribetegnelser angår, er de i vid udstrækning selvforklarende. "Anden fakta" rummer programtyper, som ikke falder under samfunds-, kulturoplysning eller rejser, m.v.. Det er programmer om kirke og religion,

om videnskab og forskning, om fritid o.a. "Drama: enkeltudsendelse" rummer enkeltstående skuespil, TV-spil, TV-film, spillefilm, dukke- og tegnefilm.

Under kategorien "Musik" findes alle former for musik, klassisk, ny, seriøs og let. Musikdramatik og ballet findes også her.

8. I juni 1989 gennemførte Gallup en interviewundersøgelse omkring befolkningens billede af henholdsvis DR og TV 2. Den viste med stor tydelighed, at DR opfattes som den kanal, der lægger mest vægt på nyheder, politisk stof, kulturstof og børneprogrammer. TV 2 lægger til gengæld, iflg. befolkningens opfattelse, mest vægt på underholdning og jazz- og rockmusik. En undersøgelse udført for DR i 1990, bekræfter fortsat denne imageforskel mellem DR og TV 2. *Berlingske Tidende, 2. juni 1989. Scantrend for DR, foråret 1990.*

9. Den anvendte beregningsmetode omregner seerne til "helprogramseere". 2 seere, der f.eks. hver har set halvdelen af et program, regnes tilsammen for 1 seer.

10. Tabel 6 må ikke forveksles med det almindelige mål for "share of viewing", hvor kanalandele beregnes på grundlag af seertiden i bestemte tidsintervaller.

Karl-Henrik Bentzon er EDB-konsulent ved Medieforskningen i Danmarks Radio.

Niels-Aage Nielsen er medieforsker sammesteds.

Erik Nordahl Svendsen er forskningsleder sammesteds.

TV-sening 1988-91

– konkurrencen om seerne.

Af Erik Nordahl Svendsen

Hvad er der sket med danskernes TV-sening i de år, hvor de har haft adgang til 2 danske TV-kanaler? Eller sagt med andre ord, hvordan har konkurrencen om seerne udviklet sig?

Siden oktober 1988, da TV 2 begyndte, har DR og TV 2 samarbejdet om indsamlingen af daglige oplysninger om TV-forbruget. Derfor er det muligt at få et overblik over, hvor mange seere den enkelte kanal daglig er i kontakt med (dækningen), hvor lang tid befolkningen i gennemsnit bruger på kanalen (seertiden) og hver enkelt kanals andel af den samlede seertid.

Alle seertal er hentet fra AIMS interviewundersøgelser af 500 personer. Fra 1.1.1992 er TV-selskaberne gået over til at anvende AGB Gallups elektroniske TV-Meters (panel på 500 husstande med ca. 1200 personer). De foreliggende testdata fra december 1991 viser mindre forskelle mellem DR og TV 2 end AIM-tallene i artiklen.

Nedenstående artikel er også trykt i Medieforskning i Danmarks Radio 1990.

Seertal kan fremstilles på flere måder. Hvilket begreb man bør anvende, afhænger af formålet. For en TV-kanal til forskel fra en enkelt udsendelse, er to grundlæggende mål relevante:

Dækningen fortæller hvor mange seere, kanalen har været i kontakt med mindst en gang i løbet af en periode, oftest en gennemsnitlig dag. I AIMS seerundersøgelser er kriteriet for at være i kontakt, at man har set mindst fem minutter på kanalen. Målet angives som pct. af befolkningen (fra 13 år, da børnene ikke udspørges) eller af en bestemt befolkningsgruppe, man er interesseret i.

Seertiden fortæller hvor lang tid, befolkningen i gennemsnit har brugt på kanalen, oftest igen på en gns. dag. Og det er uanset om man faktisk har set på kanalen. Al sening fordeles

altså på hele befolkningen (fra 13 år) og angives i minutter pr. person pr. dag.

I hvert fald i teorien kan en TV-kanal holde kontakt med mange mennesker (høj dækning) uden at opnå en høj seertid, hvis det nemlig er skiftende personer, som ser de forskellige udsendelser. Eftersom DR i sin egen skab af public service-virksomhed lægger vægt på et alsidigt eller mangfoldigt programudbud, er det vigtigt for DR at følge udviklingen i dækningen. Det fortæller, hvor stor en del af befolkningen eller af en befolkningsgruppe, DR har betjent i løbet af dagen. Høj seertid opnås primært ved en stor del af tiden at sende populære programmer med høje seertal, og det er mere karakteristisk for en reklameafhængig TV-kanal som TV 2, der ikke