

Kim Andersen, Mark Blach-Ørsten,
David Nicolas Hopmann, Eva
Mayerhöffer og Morten Skovsgaard

The background of the cover features the word 'MAGT' in large, bold, red, serif capital letters. The letters are slightly faded and serve as a backdrop for the central text box.

**Nyheder,
mediebrug
og magt**

Magtudredningen 2.0

Kim Andersen, Mark Blach-Ørsten,
David Nicolas Hopmann, Eva
Mayerhöffer og Morten Skovsgaard

Nyheder, mediebrug og magt

Magtudredningen 2.0

Nyheder, mediebrug og magt

© Forfatterne og Aarhus Universitetsforlag 2025

Omslag, tilrettelægning og sats:

Camilla Jørgensen, Trefold

Redaktion: Karina Bell Ottosen

Korrektur: Hans Ørbæk

Denne bog er sat med FS Ostro og Object Sans

E-bogsproduktion: Narayana Press

1. udgave, 1. oplag

ISBN 978 87 7597 682 9 (trykt bog)

ISBN 978 87 7597 814 4 (e-pdf)

ISBN 978 87 7597 815 1 (e-pub)

ISBN 978 87 7597 816 8 (lydbog)

ISBN 978 87 7597 906 6 (open access)

Denne bog er beskyttet i medfør af gældende dansk lov om ophavsret. Kopiering til undervisningsbrug må kun ske efter aftale med Tekst & Node.

Aarhus Universitetsforlag

Helsingforsgade 25, 8200 Aarhus N

unipress@unipress.au.dk

unipress.dk



FAGFÆLLE-
BEDØMT

Indhold

Forord 5

Kapitel 1

Et informationsmiljø i forandring 6

Kapitel 2

Adgangen til nyhedsjournalistik 17

Kapitel 3

Nyheder eller ej 36

Kapitel 4

Nyheder, der udfordrer 47

Kapitel 5

Tilliden til nyhedsmedierne 58

Kapitel 6

Strømmen af mis- og desinformation 72

Kapitel 7

Et sundt informationsmiljø 81

Litteratur 88

Noter 97

Forord

Et velfungerende demokrati kræver oplyste borgere. Traditionelt har nyhedsmedierne været den primære informationskilde og arena for den offentlige samtale. Udbuddet af medier og borgernes brug af dem har ændret sig markant siden den første magtudredning omkring årtusindeskiftet, ikke mindst med internettets og de sociale platformes udbredelse.

I *Nyheder, mediebrug og magt* beskriver vi forandringerne i informationsmiljøet set fra borgernes perspektiv. Vi ser på, hvorvidt der fortsat er et bredt udvalg af nyhedsstof tilgængeligt for borgerne, og hvorvidt de gør brug af det eller fravælger det til fordel for andet medieindhold. Vi ser også på, hvilke nyhedsmedier forskellige grupper anvender, om de har tillid til dem, og hvor gode de er til at navigere i den mis- og desinformation, som synes at spille en stadig større rolle. Bogen fungerer som pendant til en kommende bog i samme serie, der beskriver og analyserer forandringerne set fra mediernes perspektiv.

Vores håb er, at bogen kan danne et nuanceret grundlag for at diskutere de udfordringer, som udviklingen i informationsmiljøet skaber. Bogen er blevet til med hjælp fra andre. Vi skylder en særlig tak til Aske Kammer for kommentarer og for at have indsamlet og stillet data fra Dansk Oplagskontrol til rådighed samt til Mads Kæmsgaard Eberholst for at have muliggjort adgang til data fra den danske del af Reuters Instituttets Digital News Report. Derudover vil vi gerne takke Mads Fuglsang Hove, Michael Bang Petersen samt bogens redaktør Karina Bell Ottosen for deres værdifulde bidrag undervejs.

Forfatterne, september 2025

Kapitel 1

Et informationsmiljø i forandring

Natten til den 27. marts 2007 udbrød en kraftig tagbrand i en ejendom i den københavnske bydel Christianshavn. Den voldsomme brand var påsat, og brandstifteren havde sandsynligvis brugt gratisaviser til at sætte ild til det gamle hus. De mange gratisaviser flød i opgangen, og beboerne var rasende. Som én af beboerne udtalte til *B.T.*: "Det ville være dejligt, hvis de var væk. Samfundet ville være et bedre sted uden de aviser".¹

I 00'erne blev befolkningen nærmest overdyngnet af nyheder. Gratisaviser som *MetroXpress*, *Nyhedsavisen*, *Dato*, *24timer* og *Urban* var frit tilgængelige i større byer og blev endda nogle steder husstandsomdelt. Landsdækkende aviser som *Jyllands-Posten*, *Politiken*, *Berlingske*, *Ekstra Bladet* og *B.T.* havde stadig høje oplagstal og delte også mange nyheder gratis på deres hjemmesider. I 2006 begyndte TV 2 News at sende nyheder i døgndrift. Nyhederne fyldte meget i det offentlige rum, og borgerne i Danmark kunne nemt holde sig opdateret om, hvad der rørte sig i ind- og udland.

De seneste år har vi dog set en modsatrettet tendens. Nyhederne er langt mindre synlige i det offentlige rum end tidligere, gratisaviserne er her ikke mere, og avisernes spisesedler er forsvundet fra mange supermarkeder, kiosker og bagerier. Dagbladene ligger ikke længere fremme på bordet i frokoststuerne på arbejdspladserne eller i lægens venteværelse. Det

samme gælder hjemme i privaten, hvor færre og færre henter avisen i postkassen, og nyhedsudsendelser i fjernsynet ikke længere er en fast del af familiens aftenritual.

I dag er nyhedsforbrug i højere grad blevet et ikke-synligt og individualiseret anliggende. Det gælder i forhold til, hvordan borgerne tilgår nyheder, og i forhold til, hvilke nyheder de eksponeres for. Borgernes nyhedsforbrug finder i højere grad sted på digitale nyhedsmedier eller via sociale platforme på mobiltelefonen. Her kan man fortsat få nyheder fra de traditionelle nyhedsmedier i form af dagblade og public service-medier, men også fra nye 'alternative nyhedsmedier', f.eks. *Den Korte Avis* og *Solidaritet*, der har et eksplicit politisk udgangspunkt for deres nyhedsformidling, eller *Zetland* og *Frihedsbrevet*, der på andre måder ser sig som et supplement til det traditionelle nyhedsbillede.

Udviklingen betyder, at det nyhedsindhold, som borgerne bliver præsenteret for i dag, i højere grad afspejler deres personlige præferencer. Denne tendens forstærkes af sociale platformes og – i stigende grad – nyhedssidernes algoritmer, som aflurer vores digitale adfærd og giver os mere af det indhold, vi helst vil have. Det betyder, at der kan være en risiko for, at borgerne kun udsættes for nyheder, som bekræfter deres eksisterende verdensbilleder. Det betyder også, at der i dag er en større risiko for, at man ikke får nyheder, hvis man interesserer sig mere for andre typer indhold. Især sociale platforme som Facebook, TikTok eller X er programmeret til at holde fast i brugernes opmærksomhed, mens de ikke har den samme publicistiske og oplysende intention som traditionelle nyhedsmedier.

Samtidig er mængden af tilgængelig information eksploderet. Det gør det nemmere for mediebrugerne at finde indhold, der passer til deres præferencer. Men det betyder også, at vi ser en intensivering af kampen om sandheden, og at nyhedsmediernes rolle som troværdig informationskilde udfordres. Fremvæksten af kunstig intelligens øger mængden af

mis- og desinformation, og som samfund risikerer vi at miste en fælles forståelse af virkeligheden.

Selv om den trykte avis mange steder er forsvundet, er ilden altså ikke slukket. Men nu er det fundamentet under nyhedsmedierne og ikke avispapiret, der brænder. Nyhedsmedierne konkurrerer med mange andre indholdsudbydere fra underholdningsindustrien om borgernes opmærksomhed, og de gamle forretningsmodeller har det svært i en tid, hvor annoncekronerne forsvinder til de store techgiganter, og hvor borgerne har begrænset betalingsvillighed.

På denne baggrund sætter bogen fokus på befolkningens medieforbrug og den rolle, det spiller i demokratiet. Bogen har fokus på det politiske informationsmiljø forstået som udbuddet af og efterspørgslen på politiske nyheder og politisk information i samfundet.² Traditionelt har nyhedsmediernes journalistik været den primære kilde til den type information, hvilket har givet journalistikken og dens brugere betydelig magt i samfundet. Den digitale udvikling udfordrer imidlertid denne rolle og rejser spørgsmålet om, hvordan vi som samfund kan sikre et sundt politisk informationsmiljø.

Nyhedsmediernes rolle i demokratiet

Traditionelt ses nyhedsmedierne som centrale for et velfungerende demokrati, men et demokrati er også afgørende for, at journalistikken kan trives. Forholdet mellem nyhedsmedierne og demokratiet kan derfor ses som en social kontrakt, hvor de to er gensidigt afhængige af hinanden. Nogle mener endda, at hvis de ikke lever sammen, så dør de sammen.³

På den ene side må demokratiet sikre presse- og ytringsfrihed. Det er forudsætningen for, at journalister kan skrive kritisk om magthavere og lade konkurrerende holdninger komme til orde. I Danmark sikrer grundlovens § 77 ytringsfriheden og forbyder censur. Men i Danmark gør vi meget mere end det for at understøtte nyhedsmediernes virke både direkte og indirekte. Public service-medier og private nyhedsmedier får tilført betydelige ressourcer gennem offentlige tilskud

og en mediestøtteordning. Indirekte støttes journalistisk virksomhed i Danmark f.eks. ved at være fritaget for moms.

På den anden side er demokratiet også afhængigt af journalistikken.⁴ Det er gennem nyhedsmedierne, at befolkningen oplyses om samfundets udvikling, og nyhedsmedierne fungerer som arena for den offentlige samtale og meningsudveksling mellem magthaverne og borgerne.⁵ Dermed er nyhedsmedierne også med til at understøtte fællesskaber og forbinde borgere med fælles skæbner.⁶ Nyheder hjælper med at sætte fokus på lokale og nationale forhold eller begivenheder, som der er brug for, at samfundet forholder sig til.

Præcis hvordan det bør gøres, afhænger af den konkrete demokratiforståelse, der tages udgangspunkt i. Ud fra én forståelse argumenteres der for, at det er tilstrækkeligt, hvis nyhedsmedierne råber vagt i gevær over for problemer eller magtmisbrug og stiller magthaverne til ansvar. På den måde bidrager medierne til demokratiets beslutningskapacitet, uden at borgerne nødvendigvis behøver at følge nyhedsstrømmen minutiøst.⁷ Ud fra et andet demokratisyn argumenteres der for, at rollen som samfundets vagthund kun er én af mindst tre opgaver, som nyhedsmedierne har i et demokrati.⁸ En anden opgave er, at nyhedsmedierne også skal skabe en arena, hvor borgerne løbende informeres om politik, og hvor nyhedsmedierne aktivt går efter, at holdninger og meninger mødes og forhandles.⁹ Der er ikke en klar formel for, præcis hvilken information nyhedsmedierne bør formidle i den forbindelse, men det, der formidles, skal være så præcist og sandfærdigt som muligt. Det alene er dog ikke nok. For som en tredje opgave bør nyhedsmedierne nemlig ikke enstemmigt varetage bestemte politiske interesser og skal i stedet stå til ansvar over for publikum som købere og medborgere.¹⁰ Netop ved at fungere som en upartisk arena, hvor meninger mødes og forhandles, muliggør nyhedsmedierne etableringen af en fælles politisk dagsorden og viljesdannelse. I journalistiske kredse omtales disse mål ofte som idealerne om tilstræbt objektivitet og publicisme.

Uanset hvilket demokratisyn man abonnerer på, er målet dog, at nyhedsmedier oplyser befolkningen om, hvad der foregår i samfundet, så borgerne får den information, de skal bruge for at kunne deltage i demokratiet.¹¹ Dermed er nyhedsmedierne med til at understøtte et velfungerende demokrati. Denne funktion bakkes op af forskningen på området, som viser, at borgere, der bruger nyhedsmedierne, ved mere om politik og samfund og oftere deltager i politiske handlinger som f.eks. underskriftsindsamlinger og valg.¹² Her er det vigtigt at huske på, at magthavere, f.eks. politikerne, også er medieforbrugere.¹³ Derfor spiller nyhedsmedierne også en vigtig rolle i at oplyse magthavere om, hvad der rører sig i samfundet.

Nyhedsmedierne formår dog ikke altid at opfylde deres demokratiske rolle, da det er umuligt for journalistikken at berette om alle de relevante ting, der hver dag foregår i Danmark og rundt om i verden. Det betyder, at nyhedsmedierne skal til- og fravælge, hvilke begivenheder og historier de vil dække, og hvordan de vil dække dem. Det indebærer også valg om, hvilke kilder der skal have adgang til nyhedsmediernes arena, og hvordan historier vinkles. I denne proces opstår en række skævvridninger, der gør, at nyhedsdækningen ikke er og heller ikke kan være fuldstændig repræsentativ for virkeligheden.

Oftest opstår skævvridninger som et resultat af de professionelle normer og værdier, som guider journalisternes arbejde.¹⁴ Det omfatter bl.a. de såkaldte nyhedskriterier: aktualitet, væsentlighed, identifikation, sensation og konflikt samt rolleopfattelsen som samfundets vagthund. I praksis betyder det, at nyhedsdækningen ofte fokuserer på det negative, problemer og kontroverser, mens der er begrænset plads til det positive, løsninger og konsensus. Journalisterne ser det ikke som deres opgave at berette om de fly, der planmæssigt letter og lander, men om dem, der falder ned. Journalisterne ser det ikke som deres opgave at berette om alle dem i Vollsmose eller Gellerupparken, der passer deres arbejde eller skolegang og opfører sig ordentligt, men om dem, der skaber ballade. Så-

ledes har forskningen også vist, at nyhederne ikke kun giver borgerne mere viden om, hvad der rører sig. Nyhederne kan også give borgerne en opfattelse af, at verden er mere farlig og skræmmende, end den måske er.¹⁵

Magt over eller til mediebrugerne

I diskussionen om nyhedsmediernes demokratiske rolle hører man af og til, at nyhedsmedierne har stor betydning for, hvad befolkningen mener noget om. Påstanden afspejler en idé om, at medierne har magt *over* mediebrugerne. Ofte er de konkrete medieeffekter dog små, og de begrænses af en række forhold såsom brugernes eksisterende holdninger og politiske overbevisning.¹⁶ Faktisk er den offentlige opinion forbavsende stabil over tid.¹⁷ Det betyder ikke, at nyhedsmedierne ikke er magtfulde aktører i vores samfund. Nyhedsmedierne kan også give magt *til* mediebrugerne. Det bliver tydeligt, hvis vi ser på deres rolle ud fra de fire magtbegreber, som er blevet formuleret i bogen *Magt i et forandret Danmark* i Magtudredningen 2.0's bogserie.¹⁸ De fire magtbegreber er 'dagsordenssættende magt', 'definitionsagt', 'beslutningsmagt' og 'strukturel magt'. I det følgende uddybes hvert af disse.

Dagsordenssættende magt er magten til at sætte dagsordenen. Nyhedsmedierne har en vigtig rolle at spille her. De emner, nyhedsmedierne sætter fokus på, er per definition på dagsordenen for den offentlige samtale.¹⁹ Forskningsresultater påpeger imidlertid, at nyhedsmedierne i højere grad følger den politiske elites dagsorden end omvendt, og at politikerne oftest kun følger nyhedsmediernes dagsorden, hvis det er i deres egen interesse.²⁰ Nyhedsmedierne kan således godt være med til at sætte den offentlige dagsorden, men det sker som regel i en vekselvirkning med repræsentanter for det politiske system.

Definitionsagt handler om, at samfundets problemer og udfordringer kan anskues på forskellig vis. Den type magt relaterer sig til nyhedsmediernes vinkling ('framing') af de emner, som de dækker.²¹ Det bliver f.eks. tydeligt, når

man diskuterer flygtninge og migration. Når vi modtager flygtninge, kan det defineres som en humanitær og moralsk pligt eller som et løft for de erhvervsbrancher, der mangler arbejdskraft. Flygtninge kan imidlertid også italesættes som en økonomisk byrde eller kulturel udfordring, eller der kan sættes fokus på kriminalitet, der er begået af personer med flygtningebaggrund. Det er et valg, hvad der skal sættes fokus på. For definitionsmagten gælder dog langt hen ad vejen det samme som for den dagsordenssættende magt. Det er i høj grad det politiske system, der definerer vinklerne, mens det i mindre grad er nyhedsmedierne, der egenrådigt kan definere problemernes karakter.²²

Beslutningsmagt er magt til at træffe beslutninger, f.eks. ved at vedtage en lov eller vælte en minister. Nyhedsmedierne har ikke denne form for beslutningsmagt, som derimod ligger i det politiske system. Men nyhedsmedierne kan være med til at sætte fokus på forhold, som leder til politiske beslutninger. Det kunne f.eks. være en beslutning om at tilføje flere ressourcer til et område, hvor journalistikken har sat fokus på dårlige forhold. Hvis politikerne ikke vil 'lege med', sker der dog sjældent ret meget. Nyhedsmediernes indflydelse på politiske beslutninger er derfor begrænset.²³

Nyhedsmediernes magt ligger især i det, der beskrives som strukturel magt. Det magtbegreb handler om den magt, der følger med at have adgang til relevante ressourcer. Nyhedsmedierne har traditionelt haft strukturel magt over arenaen for den offentlige samtale, da debatten i høj grad foregår netop her. Derfor blev nyhedsmedierne i den første magtudredning set som et afgørende forbindelsesled mellem borgere og politikere, der havde overtaget den rolle, som partierne tidligere havde haft.²⁴ For at kunne deltage i den offentlige samtale skulle samfundets aktører dog tilpasse sig det, som tidligere forskning har beskrevet som 'medielogikken'.²⁵ Som nævnt arbejder journalister på tværs af nyhedsmedier efter et sæt af rutiner og normer, som allerede trænes på landets journalistuddannelser. Her lærer de vordende journalister, hvad der ud

fra nyhedskriterierne definerer en nyhedshistorie, hvilke kilder der er relevante og nemmest at have med, og hvordan nyhedshistorier vinkles, så de fanger mediebrugernes interesse. Journalisterne socialiseres yderligere til at følge disse normer og rutiner, når de kommer i arbejde rundt om på nyhedsmedierne redaktioner. Fordi journalister på tværs af nyhedsmedier er uddannede i og arbejder efter ensartede rutiner og normer, beskrives nyhedsmedierne i slutrapporten for den første magtudredning som én nyhedsinstitution, hvis interne logik sætter rammerne for den offentlige samtale. Hvis andre aktører som f.eks. politikere, interesseorganisationer eller borgere vil deltage i den offentlige samtale i nyhedsmedierne, må de tilpasse sig denne logik.

Ved at sætte rammerne for den offentlige samtale har nyhedsmediernes strukturelle magt også indflydelse på udøvelsen af de andre magtformer. Når nyhedsmedierne oplyser borgere og andre samfundsaktører og giver dem adgang til den offentlige samtale, bygger de også bro til politikerne. Det sker ved at skabe en dialog mellem de forskellige politikere og det omgivende samfund. Politikerne bruger også nyhedsmedierne til at få et indtryk af de problemer, som rører sig hos borgere og andre samfundsaktører, og som derfor er relevante for politikere at forholde sig til. Så selv om det er politikerne, der i sidste ende har magten til at træffe beslutningerne i folketingsalen eller byrådet, er nyhedsmedierne med til at sikre borgere og andre samfundsaktører noget af den dagsordenssættende magt og definitionsmagten. Nyhedsmedierne er på den måde med til at demokratisere samfundet ved at agere bindeled mellem politikerne og det samfund, som politikerne er valgt til at repræsentere. Således er nyhedsmedierne med til at sprede magten ud i samfundet og understøtter dermed en fælles demokratisk viljesdannelse.

Udfordringer for det politiske informationsmiljø

Et sundt politisk informationsmiljø er defineret ved, at borgerne oplyses, så de er i stand til at engagere sig i demokratiet

på en meningsfuld måde, samtidig med at nyhedsmediernes repræsenterer borgerne og deres interesser over for magtens elite. Den teknologiske udvikling udfordrer nyhedsmediernes strukturelle magt og dermed dens demokratiserende funktion på afgørende måder. Det rejser spørgsmålet, om det informationsmiljø, som vi har i Danmark i dag, er med til at understøtte demokratiet eller i stedet viser tegn på at undergrave det. Eller om nyhedsmediernes bare er ved at blive taget ud af ligningen?

Der er kommet nye arenaer for den offentlige samtale. På sociale platforme kan politikere kommunikere uden om nyhedsmediernes, og borgere kan nemmere blande sig i debatter, hvis de har lyst. Tidligere måtte man forbi en hårdt redigerende debatredaktør for at få et læserbrev eller en kronik optaget i avisen. På sociale platforme er der som udgangspunkt ingen debatredaktør. Her gælder det om at dele indhold, der passer til platformenes algoritmer, som kan sikre, at indholdet kommer ud til så mange andre brugere som muligt. Og det kan alle, der vil, frit give sig i kast med.

Digitaliseringen betyder også, at det er nemmere at lancere nye, alternative nyhedsmedier. I de senere år har vi som nævnt set nyhedsmedier, der ser sig som et korrektiv til de etablerede nyhedsmedier, f.eks. *Den Korte Avis*, og vi ser nye nyhedsmedier, der satser på en særlig form for journalistik, f.eks. *Zetland*, eller på specifikke emner, f.eks. *Olf*. De traditionelle nyhedsmedier har dermed til en vis grad mistet deres eksklusive position i forhold til at regulere adgangen til og indholdet af den offentlige samtale.

De nye medietilbud på forskellige arenaer betyder også, at det aldrig har været nemmere for borgere at undgå politik- og samfundsstof, hvis de i højere grad interesserer sig for andet indhold. For eksempel har mange borgere også adgang til en eller flere streamingplatforme, f.eks. DRTV, TV 2 Play, Netflix og Viaplay, hvor de nemt kan finde forskellige typer af underholdning.²⁶ Befolkningens mediebrug er blevet spredt over flere platforme og informationskilder, hvor algoritmer

tilpasser indholdet til personlige præferencer ud fra eksisterende medievaner. Udfordringen ved denne fragmentering er, at det kan blive vanskeligere at føre en fælles, offentlig samtale om vores samfund, der munder ud i fælles viljesdannelse, hvis vi ikke kan blive enige om, hvad vi skal tale om, og vi ikke kan nå frem til en fælles forståelse af, hvad der definerer samfundets udfordringer.

De traditionelle nyhedsmedier er særligt udfordret af, at sociale platforme tiltrækker sig meget opmærksomhed blandt borgerne. Derfor flytter mange annoncører deres reklamer over på techgiganternes sociale platforme, hvor de også nemmere kan målrette deres annoncer til bestemte målgrupper. Det suger i uset omfang annoncekroner ud af det danske mediemarked. Det udfordrer fundamentalt de traditionelle nyhedsmediers forretningsmodel, som ud over abonnements- eller løssalg i høj grad har været baseret på annonceindtægter. Det er en central årsag til, at vi i de seneste år har set den ene fyringsrunde efter den anden i danske mediehuse. Uden økonomiske ressourcer og et betalingsvilligt publikum kan nyhedsmedierne ikke varetage deres demokratiserende samfundsfunction ved at strukturere den offentlige samtale, bygge broer på tværs af samfundsaktører og agere kritisk vagthund for borgere over for magthaverne.

I lyset af denne udvikling står det politiske informationsmiljø i Danmark over for fem potentielle udfordringer i forhold til borgernes medieforbrug. Konkret er det usikkert, om:

- vi har adgang til kvalitetsjournalistik
- vi gider følge med i nyhederne
- vi bliver udfordret på vores eksisterende holdninger
- vi har tillid til nyhedsmedierne
- vi kan finde rundt i strømmen af mis- og desinformation.

I de følgende kapitler dykker vi ned i disse fem udfordringer

og ser på, hvad vi ved om dem hver især. I det afsluttende kapitel samler vi op og diskuterer, hvorvidt udfordringerne faktisk udgør trusler for det politiske informationsmiljø og det danske demokrati, og hvordan de hver især kan adresseres om nødvendigt.

Kapitel 2

Adgangen til nyheds- journalistik

Tidligere borgmester i Skanderborg Kommune Jørgen Gaarde har tilsyneladende bandet journalisterne væk flere gange i løbet af sin politiske karriere. Samtidig siger han utvetydigt, at et alternativ, hvor der ikke er en journalist til stede, er værre: ”Jeg havde fundet ud af i mine tyve år som politiker, at det er skidt med pressen, men det går ikke uden”.²⁷ I en rapport om nyhedsørkener, som er geografiske områder, der kun i meget begrænset omfang eller slet ikke dækkes journalistisk, slår den tidligere borgmester fast, at det har været et tab for både politikere og borgere i Skanderborg Kommune, at *Aarhus Stiftstidende* i 2017 lukkede sin lokalredaktion i kommunen. Den tætte journalistiske dækning af kommunen var med til at moderere og kvalificere debatten, så alle sider i en sag blev hørt og ikke blot dem, der råber højest på sociale platforme.

Den tidligere borgmester peger på den centrale rolle, som journalistikken og nyhedsmediernes spiller i et demokratisk samfund. Det er indlejret i journalisterne professionelle selvforståelse, at de arbejder i borgernes tjeneste og oplyser dem om væsentlige samfundsforhold via faktabaseret og tilstræbt objektiv information, at de faciliterer en offentlig samtale, og at de holder magthaverne ansvarlige for deres beslutninger og handlinger. Det er netop de idealer, der legitimerer journalisterne særlige rolle og nyhedsmediernes strukturelle magt.

Et sundt politisk informationsmiljø hænger således tæt

sammen med et solidt udbud af journalistik. Informationsmiljøet er og har imidlertid været i konstant forandring, og denne strukturelle udvikling er afgørende for at forstå nyhedsudbudets og -forbrugets dynamikker. Hvis man vil forstå medieforbrug i et moderne, digitaliseret informationsmiljø, må man altså først forstå, hvordan journalistikken og betingelserne for den har udviklet sig fra partipressens tid og frem til i dag. Dernæst må man forstå de muligheder og udfordringer, journalistikken står over for, når alle i princippet har adgang til nyheder hele tiden gennem flere forskellige kanaler, og når journalistikken og nyhederne samtidig er i ekstremt hård konkurrence med uanede mængder af andre typer information om at vinde borgernes opmærksomhed.

Fra partiets til demokratiets tjenere

Berlingske er Danmarks ældste avis og udkom første gang i 1749 under enevælden. Så selv om der havde været aviser længe, da ytringsfriheden blev indført med grundloven i 1849, er den et godt udgangspunkt for at forstå journalistikkens udvikling. Den dannede nemlig grundlag for partipressen, som især udviklede sig i den sidste del af 1800-tallet og den første del af 1900-tallet. Partierne Venstre, Socialdemokratiet og Højre, der fra 1915 blev til Det Konservative Folkeparti, etablerede aviser, der kunne agere talerør til og for deres bagland. I 1905 brød en fraktion ud af Venstre og dannede Det Radikale Venstre, som også etablerede sine egne aviser. Det udviklede sig til det såkaldte firebladssystem, hvor aviser med forskellig politisk observans eksisterede side om side. I 1919 toppede firebladssystemet med 159 selvstændige dagblade fordelt ud over landet, og en del større byer havde fire aviser med hver deres politiske observans.²⁸ Avisernes linje og indhold var primært styret af en politisk aktiv redaktør, og skribenterne var oftest forfattere, politikere og skolelærere. Indholdet var som regel en blanding af meddelelser, der var kopieret fra andre aviser, og referater fra politiske møder samt andet politisk indhold, hvor der ikke blev gjort meget for at sløre det politiske tilhørs-

forhold.²⁹ Godt nok blev aviserne brugt som et våben i en politisk kamp om indflydelse, men partipressen var også central i at vænne en stor del af befolkningen til dagligt at læse avis. Partipressen skabte således i høj grad fundamentet for udviklingen hen mod den publicistiske journalistik, vi kender i dag.

Selv om der ikke er én simpel forklaring, kan man pege på forskellige faktorer, som har bidraget til udviklingen hen mod en journalistik med et selvstændigt værdigrundlag, hvor det gennem tilstræbt objektiv og uafhængig nyhedsformidling handler om at tjene offentligheden frem for bestemte politiske partier eller grupperinger i samfundet.³⁰ Med fremkomsten af rotationspressen blev det nemmere at trykke flere sider og masseproducere aviser. Det skabte grundlag for at skrive til en bredere målgruppe og ansætte flere journalister. På den måde begyndte journalistikken at udvikle sig til et professionelt erhverv. Allerede i den første lærebog i journalistik på dansk fra 1928 blev der lagt vægt på, at journalister skulle arbejde uafhængigt og i befolkningens interesse. Her slog redaktør Ole Cavling en klar tone an:

Af afgørende Betydning er, at Pressen staar frit til alle Sider og kun tager Hensyn til Befolkningens Interesser. Hensyntagen til private Interesser, ligegyldigt af hvilken Grund, naar det strider imod, hvad der gavner Offentligheden, kan ikke forenes med redelig Journalistik.³¹

I 1946 blev der etableret et kursus med fokus på journalistik med tilknytning til Aarhus Universitet, og i 1962 blev Danmarks Journalisthøjskole oprettet. Det medvirkede til en gradvis professionalisering af erhvervet over tid, hvor en fælles forståelse af journalistikkens grundlag udviklede sig.

De mere omfangsrige aviser med et bredere udvalg af forskellige typer nyheder skrevet af flere lønnede journalister, også kaldet omnibusaviser, stillede på grund af højere udgifter større krav til avisernes omsætning. Aviserne var ikke

blinde for, at de ved at nedtone deres politiske tilhørsforhold i journalistikken måske kunne nå ud til læsere, der ikke stod i lige linje med avisens egne politiske holdninger. På den måde kunne de sælge flere aviser og dermed dyrere annoncer, og langsomt åd de største lokalaviser i firebladssystemet de øvrige, fordi de med flere læsere havde råd til at producere mere interessant indhold, som igen gav flere læsere, mens de øvrige aviser tabte læsere og indtægter. Selv om mange aviser den dag i dag hviler på et politisk-ideologisk værdigrundlag, der ofte skinner igennem i opinionsstoffet, har langt de fleste aviser tydeligt erklæret deres uafhængighed. Et typisk eksempel er *Jyllands-Posten*, hvor der på avisens hjemmeside står: "Avisen er fri og uafhængig af alle økonomiske og politiske interesser og er ikke tilknyttet noget politisk parti".³² Der blev altså langsomt færre, men større aviser, som favnede en bredere og politisk mere broget målgruppe. Mens der i 1919 havde været 159 selvstændige dagblade, var der i 1970 62 tilbage.³³

Avisernes udvikling væk fra partipressen gik således hånd i hånd med professionaliseringen af journaliststanden, hvor de mest prominente professionsværdier netop består i at arbejde i offentlighedens tjeneste ved at levere faktabaseret, uafhængig, tilstræbt objektiv journalistik med høje etiske standarder.³⁴ Trods uafhængighedserklæringerne fra aviserne har analyser peget på, at avisernes ideologiske udgangspunkter fortsat var afspejlet i sammensætningen af deres publikum. Aviserne med ideologisk borgerligt-liberalt udgangspunkt havde en overvægt af borgerlige læsere, mens aviserne med et ideologisk udgangspunkt til venstre for midten også havde en overvægt af læsere, der stemte til venstre for midten.³⁵ Samtidig har analyser af enkeltstager, f.eks. den danske deltagelse i krigen i Irak og Muhammedtegningerne, også vist, at den politiske orientering har haft betydning for prioriteringerne i avisernes dækning. Således blev invasionen i Irak mere kritisk dækket på dagbladene *Information* og *Politikens* forsider end på forsiderne hos den borgerligt funderede avis *Jyllands-Posten*.³⁶

Alligevel har kombinationen af aviser, der blev partipolitisk uafhængige, og professionaliseringen af journalister sikret, at journalistikken gik fra at være et politisk instrument til at blive en selvstændig demokratisk institution, hvor både nyhedsmedier og journalister bekender sig til at tjene demokratiet ved at forsyne borgerne med troværdig information om samfundet og facilitere den offentlige samtale.

Mange aviser måtte lukke i årtierne efter Anden Verdenskrig, fordi indtægterne ikke stod mål med udgifterne, og de høje startomkostninger i form af rotationspresse og distribution var samtidig en betragtelig barriere for at starte nye massemedier. Resultatet blev, at de etablerede nyhedsmedier og deres journalister fik en monopollignende adgang til at informere offentligheden uden voldsom konkurrence om borgernes opmærksomhed. Det gav en risiko for begrænset pluralisme, men sikrede samtidig et udbud af journalistik, som løste en væsentlig demokratisk opgave ved at formidle troværdig information til borgerne og facilitere en demokratisk samtale og viljesdannelse. Og fordi omnibusaviserne tilbød et bredt og varieret indhold, som inkluderede alt fra anmeldelser over politiske nyheder til sport, var der mange forskellige grunde til at have et avisabonnement. Det sikrede, at mange blev eksponeret for nyheder, selv om de måske mest købte aviserne for at følge med i lokalsporten, læse teateranmeldelser eller mere sig med tegneserierne.

Den samme tankegang gælder for de æterbårne medier, der voksede frem parallelt med avisernes udvikling fra partipresse til omnibuspresse. Her blev bredde i udbuddet og neutralitet og tilstræbt objektivitet i nyhedsstoffet dog sikret efter en anden logik end hos aviserne. De få tilgængelige sendefrekvenser gjorde, at det blev besluttet at monopolisere radiodriften i stedet for at lade den operere på markedsvilkår. I 1925 blev Statsradiofonien etableret (fra 1959 Danmarks Radio, fra 1996 DR), og i 1926 blev Pressens Radioavis sendt for første gang. Allerede i 1940 havde 80 % af de danske husholdninger radio. Fjernsynet kom til i 1951, men det var først i

1965, at TV-Avisen blev sendt for første gang. Som licensfinansieret public service-medie blev Danmarks Radio forpligtet på at udbyde alsidigt indhold, der skulle favne hele befolkningen. Dermed blev det ekstra vigtigt for journalisterne at være upartiske og tilstræbt objektive i deres arbejde, hvilket stemte godt overens med professionaliseringen af journaliststanden. I 1988 kom TV 2 til og brød Danmarks Radios monopol på at sende landsdækkende fjernsyn. Partierne bag beslutningen om at etablere TV 2 i Odense havde forskellige bevæggrunde. Nogle anså Danmarks Radio for at være for københavnsk og venstredrejet i sin dækning, andre ønskede et dansk svar på tyske tilbud, og andre igen ønskede mere regionalt indhold.³⁷ Men også TV 2 blev forpligtet på public service-indhold, herunder nyheds- og informationsformidling, hvor der lægges vægt på saglighed og upartiskhed.

Tilsammen resulterede udviklingerne på både avis- og tv-markedet i en lang periode gennem de sidste årtier af det 20. århundrede med et stabilt udbud af kvalitetsnyheder produceret af stadig mere professionelt forankrede journalister. Selv de folk, der ikke var interesseret i aktuelle samfundsansliggende, blev med stor sandsynlighed eksponeret for nyheder, som i aviserne, i radioen og på tv var placeret side om side med indhold, der havde mere underholdende end informerende karakter.

Digital destabilisering

Journalistuddannelsen spillede en væsentlig rolle i professionaliseringen af journaliststanden med kultiveringen af fælles professionsværdier og praksisser, som blev indlært under uddannelsen og videreudviklet og cementeret i det journalistiske arbejde. I 1998 åbnede to nye journalistuddannelser på henholdsvis Syddansk Universitet og Roskilde Universitetscenter, og endnu flere journalister fik i årene efter deres eksamensbeviser og søgte job. De kom dog ud til en mediebranche, hvor den relativt store stabilitet i de sidste årtier op til årtusindeskiftet blev afløst af en fundamental omvæltning.

Den professionelt producerede journalistik, der blev udgivet af nyhedsmedierne, kom i hård konkurrence med mange andre typer indhold om at vinde brugernes opmærksomhed. Det havde væsentlige implikationer for journalister og journalistikkens betingelser.

Selv om så markante forandringer ikke sker over natten, er omvæltningen alligevel nemmere at datere end den langvarige overgang fra partipresse til professionaliseret omnibuspresse. De første skridt var en betragtelig udvidelse af tv-udbuddet fra slutningen af 1980'erne og fremefter med bl.a. TV 2 og TV3, der blev lanceret med et års mellemrum. Senere kom flere dansksprogede kanaler til både hos DR, TV 2 og TV3 og flere andre. Sammen med en udvidet adgang til udenlandske kanaler gennem kabel-tv og satellit betød det, at flere og flere husstande op gennem 1990'erne havde en større buffet af underholdende indhold at vælge fra. Det gjorde det nemmere for seerne at vælge underholdning frem for nyheder, og det gjorde det også mindre sandsynligt, at man tilfældigt stødte ind i nyhederne.

Betydningen af det øgede tv-udbud kunne dog ikke måle sig med konsekvenserne af den hastige udbredelse af internettet. Fra den sidste halvdel af 1990'erne og frem forandrede internettet radikalt den kommunikative infrastruktur, som ellers havde været præget af relativ stabilitet i mange år.³⁸ Udviklingen, hvor alle med en internetforbindelse nu i princippet kunne distribuere indhold til et massepublikum, udfordrede de etablerede mediers privilegerede adgang til at informere offentligheden. Det betød en eksplosion i mængden af nemt tilgængeligt indhold for den enkelte bruger hjemme foran computeren og senere på deres mobiltelefoner.

Særligt de sociale platforme gjorde det let for alle med en profil at producere, dele og finde indhold. Facebook blev og er den dominerende platform hos borgerne, men også platforme som Instagram, X og TikTok er blevet vigtige spillere i kampen om befolkningens opmærksomhed. Samtidig begyndte nyhedsmedierne selv også at dele noget af deres journalistik

på sociale platforme for at skabe trafik og generere indtjening på deres egne sider. Fordi de sociale platforme er blevet dominerende i mange folks medieforbrug, er de etablerede nyhedsmedier i et dilemma. Gennem de sociale platforme kan man nå mange potentielle brugere og dermed potentielt få dem ind på sine egne websites og skabe indtjening. På den anden side øger det også de sociale platformes mulighed for at samle data om brugerne, som kan bruges til målrettet annoncering. De traditionelle medier risikerer altså at bidrage til, at en del af annonceomsætningen flyttes til de sociale platforme, for til gengæld at få nogle mere flygtige brugere ind på deres site, hvor mange læser en enkelt nyhed og forlader sitet igen.

Ud over at de sociale platforme vandt en stor del af brugerens opmærksomhed, voksede store streamingtjenester med populært on demand-indhold i form af serier, film og sport også frem. Det skubbede yderligere til en udvikling, hvor journalistisk indhold befandt sig i en hidtil uset grad af konkurrence med andre typer indhold om brugerens opmærksomhed.

Udviklingen har gjort det nemmere for mediebrugerne at finde og koncentrere sig om lige netop det indhold, de interesserer sig for. Hvis man har en særlig interesse, f.eks. tennis, kan man med ganske få klik se tenniskampe, læse særligt tennisfokuserede onlinemedier og lave diskussionsgrupper med andre tennisinteresserede verden over, hvilket i sagens natur begrænser eksponeringen for andet indhold, herunder nyheder.

En presset forretningsmodel og nyhedsørkener

Udviklingen i informationsmiljøet har destabiliseret fundamentet for journalistikken og skabt både nye udfordringer og potentialer for udbuddet af journalistik produceret efter professionelle standarder.

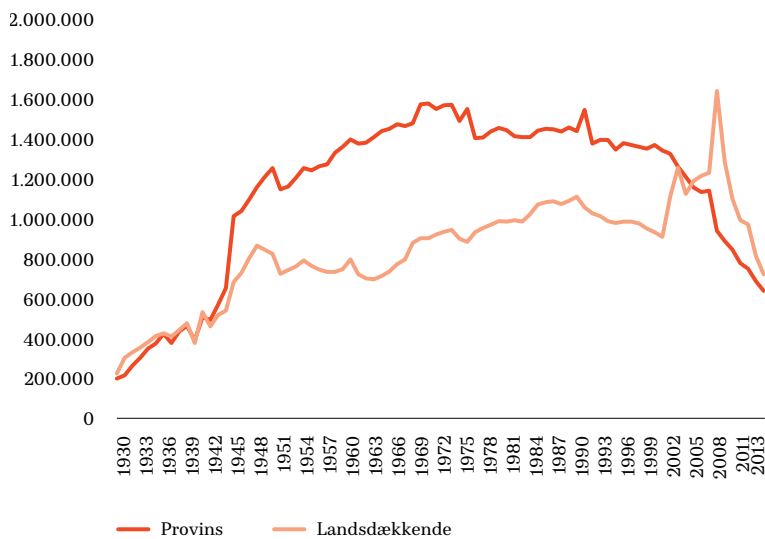
Den første væsentlige udfordring angår nyhedsmediernes forretningsmodel. De etablerede mediers dominerende position i forhold til at kunne informere et massepublikum før

digitaliseringen og internettets fremvækst sikrede dem også en relativt stabil omsætning. De opererede på det, man kalder et tosidet marked, hvor de tjente penge på at sælge deres avis til brugerne og på at sælge annoncepladser til annoncører, som gerne ville fange brugernes opmærksomhed.

En af avisernes styrker var at have et mangfoldigt indhold, som gjorde, at borgerne af forskellige grunde valgte at betale for avisen. Mens nogle købte avisen for at læse den politiske dækning, købte andre den for at følge med i sporten, og andre igen købte den for at læse anmeldelser af teater og film. Man solgte så at sige avisen som en pakke med forskelligt indhold, og hvor det var svært at vide, præcis hvilke varer på hylenderne der fik kunderne til at købe. Med internettets og senere de sociale platformes udbredelse blev denne forretningsmodel i tiltagende grad udfordret, fordi borgerne nu kunne finde indhold om deres særlige interesser mange andre steder end hos de etablerede medier, hvilket gjorde deres incitament til at købe eller abonnere på avisen mindre.

Denne udvikling illustreres i figur 1, hvor det fremgår, at oplagstallene nærmest styrtdykker efter årtusindeskiftet og frem til 2013, hvor det ikke længere er muligt at følge udviklingen på grund af ændringer i opgørelsen. Oplagstallene for de landsdækkende aviser har en kort, men markant opblomstring midt i 00'erne, fordi en række gratisaviser blev etableret på dette tidspunkt, og medierne kastede sig ind i en hård konkurrence om annoncer og oplag. Flere af dem lukkede dog forholdsvis hurtigt igen, f.eks. *Nyhedsavisen*, hvis islandske ejere ellers havde sendt den ind på det danske marked med store ambitioner om gratis, husstandsomdelt kvalitetsjournalistik.

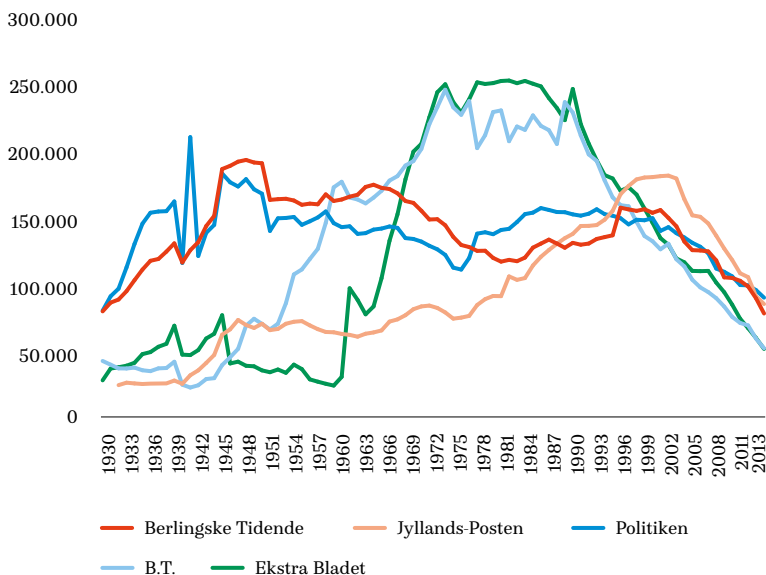
Figur 1. Oplagstal for landsdækkende og provinsaviser, 1930-2013



Kilde: Dansk Oplagskontrol u.å.

Hvor tallene for den landsdækkende presse i figur 1 inkluderer gratisaviserne, som i en periode udkom i store oplag, kan man i figur 2 se udviklingen i oplaget hos de største morgen- og formiddagsaviser. Her er det tydeligt, at de største morgenaviser, *Berlingske Tidende*, *Politiken* og *Jyllands-Posten*, oplevede et dramatisk dyk kort efter årtusindeskiftet, mens formiddagsaviserne *Ekstra Bladet* og *B.T.s* fald i oplaget allerede tog fart omkring 1990, hvor tv-udbuddet voksede markant.

Figur 2. Oplagstal for specifikke aviser, 1930-2013



Kilde: Dansk Oplagskontrol u.å.

Nedgangen i oplagstallene skyldtes naturligvis ikke kun konkurrence fra alle mulige andre indholdsproducenter. Mediehusene greb selv muligheden for at få nyheder ud til befolkningen via nyetablerede hjemmesider på internettet. På hjemmesiderne kunne de journalistiske historier publiceres hurtigere, uden at journalisterne skulle forholde sig til en enkelt daglig deadline for dagbladenes vedkommende eller deadline for de faste nyhedsudsendelser for DR og TV 2's vedkommende, og der kunne publiceres flere historier hvert døgn end tidligere. Dermed blev den tidligere skarpe grænse mellem tv-kanalerne og de trykte medier udvisket, da alle nu kunne udgive skrevne nyheder på deres hjemmesider og senere også via de sociale platforme, og dermed kom de tid-

ligere adskilte medietyper i større direkte konkurrence med hinanden. På den måde blev mediernes egne hjemmesider i princippet også en konkurrent til deres oprindelige produkter, fordi man kunne læse nyhederne online og oftest uden betaling. Det er også med til at forklare, at mediehusene sælger færre aviser og i stedet har øget antallet af digitale abonnenter, og det var netop en af grundene til, at flere medier trak sig fra Dansk Oplagskontrol i 2013, hvorfor graferne i figur 1 og 2 kun er opdateret til og med dette år.

Udviklingen har udfordret avisernes forretningsmodel i det tosidede marked. Selv om en stadig større del af brugerne flyttede online, var det svært at sælge digitale abonnementer i en størrelsesorden, der økonomisk kunne kompensere for nedgangen i oplagstal. Aviserne lagde selv en del af deres indhold online uden at kræve betaling, og public service-medierne DR og TV 2 producerede ikke længere kun deres nyheder på tv, men begyndte også at lægge skrevne nyheder gratis ud på deres hjemmesider. Selv om mange nyhedsmedier i dag har lagt en del af deres indhold bag en betalingsmur, som kræver abonnement, har de fleste også en del gratis nyheder, særligt de nyheder, som kræver mindre selvstændig journalistisk bearbejdning, og som andre medier også bringer. Det kan f.eks. være en nyhed om en retssag, et dødsfald eller et fald i aktiekurserne.³⁹

Indtægter fra annoncer er en særlig udfordring. Mens aviserne tidligere var det oplagte sted for annoncørerne at fange opmærksomheden hos dem, de gerne ville sælge produkter eller services til, fik de med digitaliseringen en række alternative muligheder. Særligt de sociale platforme har med deres vækst gjort det muligt for annoncører at nå et stort antal brugere og samtidig målrette annonceringen præcist til de grupper, som man gerne vil have fat i. Hvis man gerne vil sælge tennisketsjere, kan man afgrænse målgruppen til dem, der gennem deres adfærd på de sociale platforme har vist sig interesseret i tennis.

Den digitale udvikling har altså betydet større konkurren-

ce om annoncørerne, og samtidig kan annoncer online heller ikke sælges til den samme pris som på print. Annoncesalget online kan altså ikke opveje det, de etablerede medier mister på annoncesalget i den trykte avis. Udviklingen har destabiliseret de etablerede mediers forretningsmodel, og selv om nogle medier og koncerner fortsat formår at skabe overskud, så viser en analyse fra Kulturministeriet af dagbladenes indtjening fra 2018-2022, at både nationale og lokale/regionale medier har oplevet en nedgang i omsætningen. Mange af medierne har ad flere omgange været nødsaget til at foretage nedskæringer, også blandt journalister, for at imødegå røde tal på bundlinjen. De økonomiske udfordringer er strukturelle og rammer på tværs af branchen, men Kulturministeriets analyse viser også, at særligt de lokale og regionale medier har haft underskud, fordi de er kommet under heftigt pres i det digitaliserede informationsmiljø. Selv om de økonomiske udfordringer også kan sætte diversiteten og pluralismen i det landsdækkende nyhedsudbud under pres, er lokalområderne mere sårbare, fordi de ofte er domineret af et lokalt dagblad, mens der på nationalt plan er mange flere medier at vælge imellem.

Udfordringerne for de lokale og regionale medier har udløst en frygt for, at der opstår nyhedsørkener, altså geografiske områder, hvor det ikke er rentabelt og derfor ikke muligt for medier med en presset økonomi at opretholde en substantiel professionel journalistisk dækning. En optælling viser, at der mellem 2010 og 2020 er sket et fald i antallet af lokalredaktioner fra 111 til 84.⁴⁰ Da det lokale demokrati i kommunerne er en grundsten i det danske samfund, har den lokale presse også en væsentlig funktion i form af både at holde de lokale magthavere i ørerne, men også at facilitere en stærk lokal debat, som Skanderborgs tidligere borgmester også påpegede i indledningen af kapitlet.

Trods udviklingen er der også eksempler på, at det tomrum, der efterlades, når etablerede medier skruer ned eller helt lukker for dækningen i særlige områder, kan erstattes

med anden professionelt produceret journalistik. På Mors lukkede *Morsø Folkeblad* i 2019, men en tidligere journalist på dagbladet åbnede kort efter sit eget onlinemedie *Kun Mors*, som dækkede Mors med så stor succes, at mediet har udvidet med *Kun Thy*. Så selv om forretningsmodellen hos de lokale og regionale medier er udfordret, viser eksemplet fra Mors og Thy, at der i hvert fald i disse områder fortsat er efterspørgsel på lokalt professionelt produceret indhold.

Blinde vinkler

Ud over den pressede forretningsmodel har den digitale udvikling også betydet, at den professionelt producerede journalistik ofte ikke længere sælges i en samlet pakke i avisen. I stedet er hvert enkelt stykke journalistik nu i direkte konkurrence om borgernes opmærksomhed. Samtidig kan medierne detaljeret måle brugernes adfærd på deres hjemmesider eller i deres app, og dermed også hvordan den enkelte journalistiske historie klarer sig i kampen om opmærksomheden. Det giver medierne en betragtelig viden om, hvordan vigtige journalistiske historier kan fortælles på en måde, der gør dem interessante for så mange brugere som muligt, og på den måde kan det understøtte deres publicistiske ambitioner. Men en efterspørgselsdrevet tilgang kan også resultere i blinde vinkler, hvor journalistiske historier om væsentlige samfundsanliggender risikerer at blive nedprioriteret til fordel for de historier, der skaber større opmærksomhed og nysgerrighed hos publikum. Flere redaktører har f.eks. givet udtryk for, at klimajournalistikken giver anledning til hovedbrud, fordi de anerkender, at det er et ekstremt vigtigt emne, men samtidig må se i øjnene, at det er et emne, hvor det er svært at fange publikums opmærksomhed.⁴¹

På samme måde kan et stærkt fokus på efterspørgsel også forstærke allerede eksisterende skævheder i den måde, nyhedsmedier udvælger og fortæller historier på. Det er ofte blevet påpeget, at journalistikken har slagside til fordel for det dominerende verdenssyn hos majoriteten i samfundet. Deres

perspektiver er i fokus i dækningen, og de optræder oftere som kilder, mens minoriteter og deres perspektiver bliver mindre repræsenteret.⁴² Da det samtidig er de ældre og dem med længere uddannelser, som forbruger journalistikken og nyhederne mest intenst, kan en efterspørgselsdrevet tilgang risikere at forstærke denne tendens til skæv repræsentation.

Den kan også skabe en skævhed til fordel for de nære, konkrete og kuriøse historier, som pirrer folks opmærksomhed og derfor har større sandsynlighed for at blive prioriteret over de fjerne og mere komplicerede historier som f.eks. klima, konflikter i fjerne lande eller historier om EU's budgetregler. Samtidig er rubrikker med tilbageholdt information, de såkaldte clickbait-overskrifter, blevet mere udbredte, fordi de kan øge folks nysgerrighed og opmærksomhed på en artikel, men de risikerer at reducere publikums opfattelse af journalistikkens kvalitet.⁴³

De sociale platforme kan være med til at forstærke et fokus på efterspørgsel og dermed også nogle af de udviklinger, som er skitseret ovenfor. Nyhedsmediernes afhængighed af de sociale platforme for at vinde opmærksomhed fra potentielle brugere er i forskningslitteraturen blevet kaldt 'platformiseringen af nyheder'.⁴⁴ Der peges på, at det er blevet vigtigt for nyhedsmediernes at forholde sig til de sociale platformes logikker. Hvis man skal nå mange brugere, skal indholdet engagere brugerne, fordi det får platformenes algoritmer til at eksponere indholdet til flere og flere brugere. Det betyder, at en del medier har journalister, der er særligt dedikeret til at forme indhold til de sociale platforme. Detaljeret data på, hvor mange brugere, hvor mange kommentarer og hvor mange delinger en historie får på de sociale platforme, kan gøre det nemmere at få den professionelt producerede journalistik så bredt ud som muligt. Men det kan også forstærke nogle af de førnævnte skævheder, fordi de væsentligste publicistiske historier ikke altid er det, brugerne giver mest opmærksomhed, og derfor bliver de heller ikke prioriteret af platformenes algoritmer. De senere år har der været en tendens til, at

nyhedsmedierne forsøger at gøre sig mindre afhængige af de sociale platforme, men de spiller dog stadig en stor rolle i kampen om at vinde brugernes opmærksomhed.

Større pluralisme, varierende professionalisme

Mens digitaliseringen har udfordret forretningsmodellen for etablerede medier, har internettets fremvækst også gjort det nemmere at starte nye medier, hvilket både rummer en udfordring og et potentiale for udbuddet af journalistik og nyheder. Ved at reducere væsentlige produktions- og distributionsomkostninger er de økonomiske og praktiske barrierer for at starte nye medier blevet mindre. En række nye medier er derfor opstået som supplement, men naturligvis også som konkurrence, til de etablerede nyhedsmedier. De ofte mere nicheorienterede nye medier har som regel en meget mere koncentreret målgruppe end de brede nyhedsmedier. De har ofte en ambition om at kompensere for nogle af de blinde vinkler hos de etablerede medier eller at gå i dybden med afgrænsede emner, som bliver dækket mere overfladisk hos de eksisterende medier.

Et eksempel på et digitalt mediehus er *Altinget*, som følger dansk politik indgående og derudover også har en række nichemedier, som grundigt dækker f.eks. arbejdsmarked, klima, fødevarer og civilsamfund. Et andet eksempel er *Zetland*, som er lykkedes med at skaffe medlemmer på baggrund af en journalistik, som fokuserer på nuancer, forklaringer, overblik og løsninger. *Børneavisen* er et tredje eksempel på et medie, som har ambitionen om at lave bedre journalistik til en målgruppe, der får begrænset opmærksomhed i andre medier. Den digitale udvikling har således destabiliseret de etablerede mediers monopollignende adgang til at informere et massepublikum, hvilket har givet plads til en lang række nye medier, som på forskellig vis kan supplere de etablerede nyhedsmediers dækning med øje på de blinde vinkler. At denne underskov af nye medier betragtes som væsentlig for at sikre et levedygtigt udbud af professionelt produceret journalistik,

kan også ses ved, at mange af medierne har modtaget innovationsstøtte. Den støtte har netop til formål at ”fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark”.⁴⁵

Blandt de nye medier er der også dem, som argumenterer for, at de kompenserer for de etablerede mediers blinde vinkler ud fra et specifikt politisk standpunkt. Man taler i litteraturen om alternative medier, som findes både på højrefløjen, f.eks. *Den Korte Avis* eller *24Nyt*, og venstrefløjen, f.eks. *Konfront* eller *Solidaritet*. Med udgangspunkt i et eksplicit partisk ståsted ønsker alternative medier ofte at være et korrektiv til det, de opfatter som en systematisk politisk skævvridning i de traditionelle mediers dækning.⁴⁶ Det indhold, som disse medier udgiver, ligner på mange måder de etablerede mediers måde at formidle på,⁴⁷ men de bekender sig ikke til det professionelle ideal om tilstræbt objektivitet, som har været en grundsten i journalistikken siden afviklingen af partipressen.

Når digitaliseringen har gjort det nemmere at få adgang til et massepublikum med noget, der i sin formidling og formatering ligner den traditionelle, professionelt producerede journalistik, stiller det også store krav til brugernes kritiske kildebevidsthed. Derfor rummer fremkomsten af nye digitale nyhedsmedier både udfordringer og potentialer for et sundt udbud af væsentlig journalistik, som understøtter en demokratisk samtale og deltagelse på et oplyst grundlag.

Et sundt informationsmiljø med udfordringer

Digitaliseringen og internettets hastige vækst har forandret informationsmiljøet radikalt og gjort det nemmere for alle mulige udbydere at nå et massepublikum. Det har ført til både håb om et mere mangfoldigt udbud af professionelt produceret journalistik, men også stærke bekymringer for, at det vil erodere grundlaget for journalistikken og forringe den demokratiske samtale. Det er naturligvis kompliceret at vurdere,

om glasset er halvtomt eller halvfylt, for der kan argumenteres for begge perspektiver.

På den ene side er en større mængde professionelt produceret journalistik om væsentlige samfundsmæssige anliggender tilgængelig end tidligere, den er nemmere at tilgå, og en del af den er gratis. Det er altså nemmere end nogensinde for borgerne at holde sig opdateret på, hvad der foregår. På den anden side fylder professionelt produceret journalistik relativt mindre i det samlede udbud af tilgængelig information, og derfor er det også lettere for den enkelte at fokusere på præcis det indhold, der interesserer vedkommende. Den professionelt producerede journalistik risikerer altså at drukne i al mulig anden information, hvoraf noget endda strategisk efterligner journalistikkens stil og formatering, men har til formål at overbevise eller vildlede sine læsere eller seere snarere end at oplyse dem.

Når journalistikken fylder relativt mindre og skal operere på et stadig mere konkurrencepræget marked, kan det give anledning til bekymringer for fremtidens politiske informationsmiljø. Det er nemlig ikke altid den i demokratisk forstand væsentligste journalistik, der er den mest rentable på markedet. Det er f.eks. dyrt at bedrive undersøgende journalistik, som afslører magtmisbrug og afskrækker andre magthavere fra at misbruge deres magt. Den type journalistik har de traditionelle massemedier set som en af deres fornemmeste opgaver. De har derfor brugt penge fra annoncesalget til at betale de dyre graverprojekter, der kræver flere journalister og mange arbejdstimer, og dermed opfyldt en af pressens væsentlige funktioner som samfundets vagthund.

Med et udtryk fra den økonomiske videnskab taler man også om, at den professionelle journalistik har positive eksternaliteter, som betyder, at den skaber værdi for alle i samfundet og ikke kun for dem, der læser, lytter til eller ser journalistikken. Journalisternes arbejde er med til at afskrække magthavere fra at misbruge skatteborgernes penge eller virksomheder fra at begå ulovligheder til egen vinding, og det

er til gavn for alle borgere. Sådanne positive eksternaliteter er afhængige af, at nyhedsmedierne også kan finansiere den journalistik, som er dyr at producere og ikke umiddelbart kan tjene udgifterne hjem, men som er central for et velfungerende demokrati.

Netop disse positive eksternaliteter er en af de væsentligste grunde til, at der i Danmark er etableret et mediestøttesystem, som skal understøtte den professionelt producerede journalistik. Ordningen bliver løbende debatteret og revideret. Den hastige digitale udvikling stiller nye spørgsmål til, hvordan man fra politisk hold i fremtiden bedst kan understøtte et medie- og informationsmiljø, der sikrer de positive eksternaliteter, som er centrale for, at vores demokrati kan fungere.

Kapitel 3

Nyheder eller ej

Selv om borgerne har let adgang til nyheder, er det ikke alle, der følger med. Faktisk synes en stigende andel af befolkningen direkte at undgå nyheder. Som en af disse borgere fortæller til fagbladet *Journalisten*: "Til sidst stoppede jeg faktisk bare helt med at tjekke nyheder. Og det er jeg fortsat med – der er totalt slukket".⁴⁸ De mange negative nyheder var blevet for meget og påvirkede hendes trivsel i en sådan grad, at hun fik angstanfald.

Nyhedsmediernes demokratiske rolle afhænger i sidste ende af, at borgerne bruger dem, for uden kunder i butikken forsvinder de publicistiske mediers forretningsgrundlag. De statsfinansierede public service-medier har brug for at nå bredt ud for at retfærdiggøre deres eksistens. Hvis nyhedsmedierne skal oplyse borgerne og holde magthaverne i ørerne, er det afgørende, at borgerne gider bruge tid på deres journalistik. Dermed giver borgernes opmærksomhed nyhedsmedierne en legitimitet, som de kan bruge i deres magtudøvelse. Men nyhedsforbrug giver også brugerne magt, da det giver dem den viden, som de skal bruge for at engagere sig i demokratiet på et oplyst grundlag. Når vi vil forstå den magt, som medieforbruget har, er det derfor væsentligt at forstå, hvordan befolkningens nyhedsforbrug ser ud.

Befolkningen i Danmark har traditionelt været kendt som et af de folkefærd, der følger mest med i nyhederne. Det skyldes en kombination af et informationsmiljø, hvor kvalitetsnyheder for det meste er lettilgængelige, og en befolkning,

der har lysten og evnerne til at holde sig oplyste.⁴⁹ Lysten og evnerne er sandsynligvis udtryk for et generelt højt uddannelsesniveau, men også for en socialisering til at bruge nyhedsmedier gennem opvæksten, hvor mange har stiftet bekendtskab med nyheder gennem forældres forbrug.⁵⁰

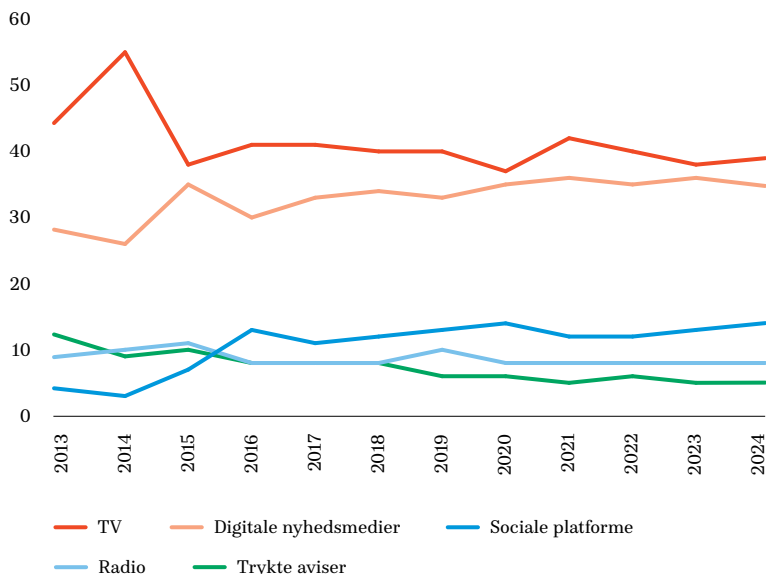
Som vi imidlertid har set i de forrige kapitler, så har informationsmiljøet udviklet sig dramatisk over de seneste årtier. Der er kommet langt flere medier og mere indhold. Mediebrugerne har fået lettere ved at finde indhold, som passer præcis til deres præferencer. Nyheder kæmper derfor mod meget andet indhold, i særdeleshed en masse forskellig underholdning, om brugernes opmærksomhed. Samtidig er nyhedsforbruget blevet mindre synligt i det offentlige rum og i hjemmet, så unge socialiseres muligvis ikke i samme grad til at følge med i nyhederne som tidligere.

Vores nyhedsforbrug er i dag i højere grad styret af til- og fravalg end tidligere. De, der ikke kan få nyheder nok, behøver ikke længere vente på, at avisen kommer ind ad brevsprækken, eller at TV-Avisen toner frem på fjernsynet. De har i dag mulighed for at holde sig opdateret døgnet rundt, hvad enten det er via nyhedsmediernes onlinetjenester eller på sociale platforme. De mange muligheder for at holde sig opdateret kan dog blive for meget. En betydelig del af befolkningen giver udtryk for, at de er trætte af at følge med i de mange negative historier, der dominerer mediebildet, og ender med at undgå nyhederne. Andre foretrækker bare underholdning frem for nyheder. I begge tilfælde er der en risiko for, at borgerne ikke får nyheder om, hvad der foregår i samfundet.

Danskernes nyhedsforbrug

De fleste borgere i Danmark bruger nyheder i en eller anden form. Ifølge tal fra Kulturvaneundersøgelsen i 2024, der gennemføres af Danmarks Statistik, så læser, lytter eller ser mere end 60 % af befolkningen nyheder én eller flere gange dagligt. I løbet af en uge bruger ca. 90 % af befolkningen nyheder.⁵¹

Figur 3. Udvikling i danskernes foretrukne nyhedskilde over tid, 2013-2024



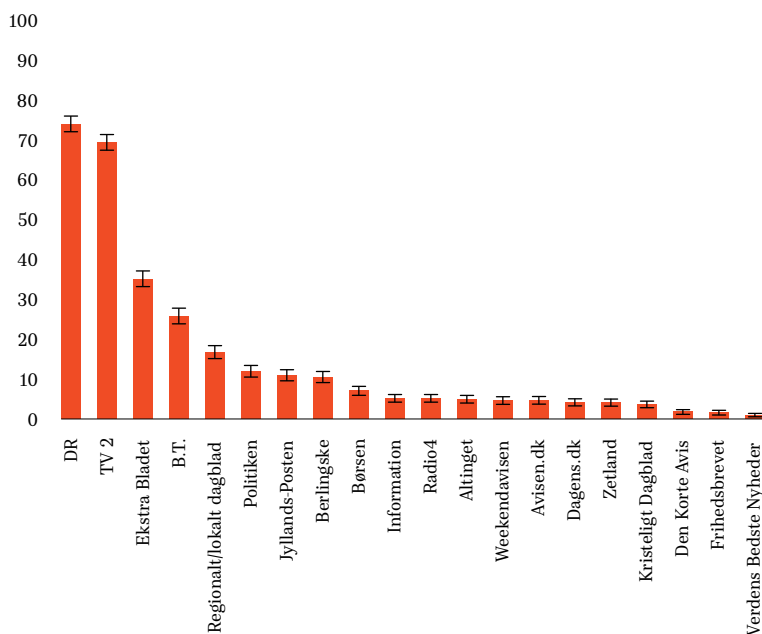
Note: Figuren viser i procent den andel af deltagerne, der angiver de respektive nyhedskilder ved spørgsmålet: "Du siger, at du i løbet af den seneste uge har brugt disse kilder til nyheder, hvilken vil du sige, er den vigtigste for dig?" Kilde: Schrøder et al. 2024

Figur 3 viser, hvordan borgernes foretrukne måde at få nyheder på har udviklet sig fra 2013 og frem til 2024. Data stammer fra de årlige internationale spørgeskemaundersøgelser, som gennemføres af Reuters Institute for the Study of Journalism ved Universitetet i Oxford. Her er deltagerne blevet spurgt om, hvad deres *vigtigste* nyhedskilde er. På trods af den store udvikling i mediebildet er befolkningens foretrukne nyhedskilde stadig tv-nyhederne. Lidt under 40 % foretrækker at se nyhederne i fjernsynet. Samme mønster genfindes i forbindelse med valgkampe, hvor tv'et også stadig er den mest anvendte nyhedskilde.⁵² Herefter følger online

nyhedssider fra aviser og tv-kanaler, som er blevet en tiltagende vigtig nyhedskilde for befolkningen. I 2024 foretrak 34 % denne nyhedskilde. Sociale platforme er også blevet en vigtigere nyhedskilde i perioden, om end i mindre omfang og stagnerende siden 2016. I 2024 angav 13 % sociale platforme som deres vigtigste nyhedskilde. Aviserne har til gengæld tydeligt mistet deres tidligere fremtrædende position. I 2013 var der 11 %, som foretrak de trykte aviser som nyhedskilde. I 2024 var det tal helt nede på 4 %. Andelen, der har radio som deres vigtigste nyhedskilde, ligger stabilt på lidt under 10 %.

Men ét er, hvor befolkningen foretrækker at få nyheder, noget andet er, hvilke nyhedsmedier den anvender. Figur 4 illustrerer andelen af befolkningen over 18 år, der på undersøgelsestidspunktet havde anvendt forskellige nyhedsmedier i løbet af den foregående uge. Det er især de store public service-medier, DR og TV 2, der når bredt ud. 73 % af befolkningen har anvendt DR i løbet af den sidste uge, mens 69 % har anvendt TV 2. Sammen når de to store public service-udbydere endnu bredere ud. Kun 14 % bruger hverken DR eller TV 2 i løbet af den sidste uge. Det betyder, at uanset hvor borgerne foretrækker at få deres nyheder, eller hvilke nyhedsmedier de i øvrigt bruger, så bruger langt de fleste også et af public service-medierne. Denne fremtrædende rolle i befolkningens nyhedsforbrug gør, at de kan betegnes som nøglemedier.⁵³ Streamingtjenesterne bliver også i stigende grad befolkningens indgang til public service-indhold, herunder nyheder, og her står DRTV og TV 2 Play stærkt i kampen mod internationale spillere som Netflix og HBO Max.⁵⁴

Figur 4. Brug af danske nyhedsmedier i løbet af en uge



Note: Figuren viser i procent den andel af deltagerne, der angiver, at de har brugt de respektive nyhedskilder enten offline eller online til at få adgang til nyheder i 'den sidste uge'. Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Efter public service-medierne følger de tabloide nyhedsmedier *Ekstra Bladet* og *B.T.*, der bruges af henholdsvis 35 % og 25 % i løbet af den sidste uge. Denne popularitet afspejles også i nyhedsmediers mange sidevisninger på deres online nyhedssider. I 2024 havde *Ekstra Bladet* ca. 15 millioner daglige sidevisninger, mens *B.T.* havde 11 millioner. Begge nyhedsmedier har dog oplevet en nedgang i antallet af sidevisninger i løbet af de sidste par år.⁵⁵

De regionale og lokale dagblade bruges af ca. 17 % af befolkningen. Herefter følger flere af de store dagblade såsom *Politiken*, der bruges af 12 %, *Jyllands-Posten* af 11 %, *Ber-*

lingske af 10 % og Børsen, der bruges af 7 % af befolkningen. De resterende nyhedsmedier anvendes hver især kun af 5 % af befolkningen eller mindre og omfatter både traditionelle nyhedsmedier som *Information* og *Kristeligt Dagblad*, men også forskellige nye digitale nyhedsmedier som *Altinget*, *Zetland* eller *Dagens.dk*.

Det er begrænset, hvor meget vi ved om befolkningens brug af alternative nyhedsmedier. Målinger anslår, at 16-20 % af den danske befolkning bruger ét eller flere alternative nyhedsmedier.⁵⁶ Brugere af disse nyhedsmedier findes på tværs af forskellige grupperinger i samfundet. De bruger ofte alternative og traditionelle nyhedsmedier parallelt, er politisk interesserede og er ikke nødvendigvis særligt ekstreme i deres egne holdninger.⁵⁷ Der er imidlertid usikkerhed forbundet med disse tal, da det er vanskeligt at måle brugen af alternative medier på pålidelig vis.⁵⁸ Således finder nogle studier frem til, at 8 % anvender *Den Korte Avis* i løbet af en uge,⁵⁹ mens andre vurderer, at der kun er tale om 2 % eller færre.⁶⁰

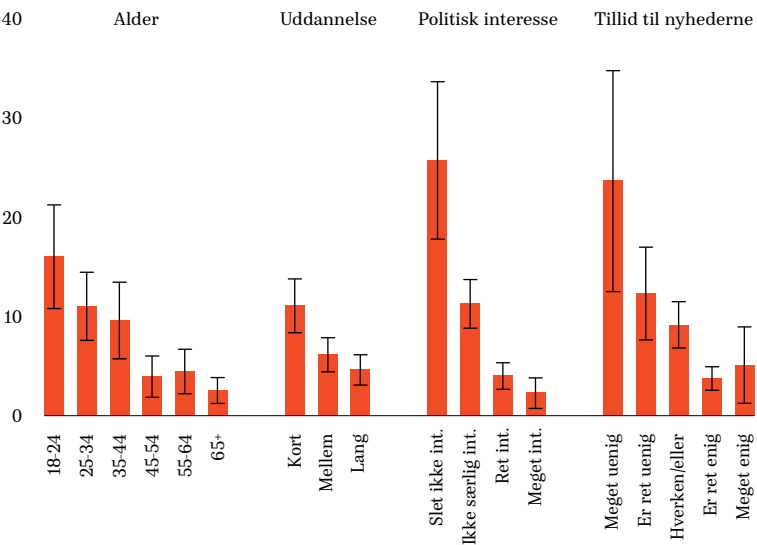
Det er langt fra alle nyhedsbrugere i Danmark, der betaler for at få adgang til nyheder. Ifølge tal fra Reuters Institute for the Study of Journalism betalte 17 % for nyheder på nettet i 2024.⁶¹ En undersøgelse foretaget af RUC's Centre for Digital Citizenship og SDU's Digital Democracy Centre finder, at 19 % abonnerer på ét nyhedsmedie, og 12 % på flere.⁶² Når brugerne spørges, skyldes deres betalingsvillighed særligt, at de får adgang til eksklusivt indhold af bedre kvalitet, end de kan få fra de gratis kilder. Modsat er det særligt prisen, som afholder borgerne fra at abonnere. Der er derimod ikke stærke argumenter for at hævde, at det er public service-mediernes gratis udbud, der afholder borgerne fra at betale for indhold, snarere tværtimod.⁶³

Ulighed i nyhedsforbrug

Selv om borgerne i Danmark er storforbrugere af nyheder, er der også en del, som ikke anvender nyhedsmedierne. Det er uklart, hvor stor den gruppe er. Som nævnt viser tal fra Kul-

turvaneundersøgelsen, at 90 % af befolkningen læser, lytter til eller ser nyheder i løbet af en uge. Altså er der 10 %, der ikke bruger nyheder i løbet af en uge. I de seneste undersøgelser i forbindelse med lokal- og folketingsvalg vurderes det, at omtrent 5 % ikke anvender nyhedsmedierne.⁶⁴

Figur 5. Andele uden brug af nyhedsmedier



Note: Figuren viser i procent den andel af forskellige grupper, der i løbet af den seneste uge ikke har anvendt en af de respektive nyhedskilder i figur 4. Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Der er imidlertid vigtige forskelle på, hvem der følger med i nyheder, og hvem der ikke gør. For at illustrere den ulighed i nyhedsforbrug viser figur 5 andelen af forskellige grupper, der ikke har anvendt nogen af de traditionelle eller alternative nyhedsmedier, som vi har nævnt herover. Her ser vi, at det særligt er unge, dem med en kortere uddannelse og dem med lav interesse i politik og lav tillid til nyhederne,

der ikke anvender nyhedsmedierne. Problemet ved det er, at disse grupper ikke i lige så høj grad som andre klædes på til at deltage og være en del af en fælles viljesdannelse i demokratiet.

Sociale platforme som nyhedskilde

Sociale platforme er blevet et centralt element i befolkningens medieforbrug. I 2024 brugte 90 % af befolkningen en eller flere sociale platforme.⁶⁵ Det er særligt Facebook, YouTube og Instagram, som bruges. Mange bruger disse platforme også til at få nyheder. Nogle undersøgelser viser, at 55 % har brugt sociale platforme til at få nyheder i løbet af den seneste uge,⁶⁶ mens andre undersøgelser viser, at det er hele 68 %.⁶⁷

Forskningen peger imidlertid på en række problematiske forhold ved brug af sociale platforme som nyhedskilde. For det første lærer borgerne ikke lige så meget om politik og samfund, når de får deres nyheder på sociale platforme, som når de får dem fra de traditionelle nyhedsmedier.⁶⁸ Det kan skyldes flere ting. Nyhedsforbruget kan blive overfladisk og begrænse sig til de overskrifter, som finder vej til brugernes feeds. Derudover kan mængden af information blive overvældende, og fraværet af journalistiske pejlemærker for, hvad der er mere eller mindre vigtigt, kan gøre det svært at sortere i den uendelige informationsstrøm. I de traditionelle nyhedsmedier hjælper journalisterne med at prioritere historierne, f.eks. ved at sætte dem på avisernes forside eller først i nyhedsudsendelsen. Samme struktur findes ikke på de sociale platforme, hvor de enkelte nyhedshistorier er sammenblandet med al mulig anden information. For det andet har det ikke længere samme betydning, hvem der er afsender på nyhederne. Forskningen viser, at mediebrugerne har svært ved at huske, hvor de nyheder, som de ser på sociale platforme, kommer fra.⁶⁹ I konkurrencen med alternative nyhedsmedier og influencere udfordres den professionelle journalistik. For det tredje kan sociale platforme og deres algoritmer være med til at forstærke de uligheder, som der allerede eksisterer i

nyhedsforbruget, da de giver mediebrugerne mere af det indhold, som de foretrækker.

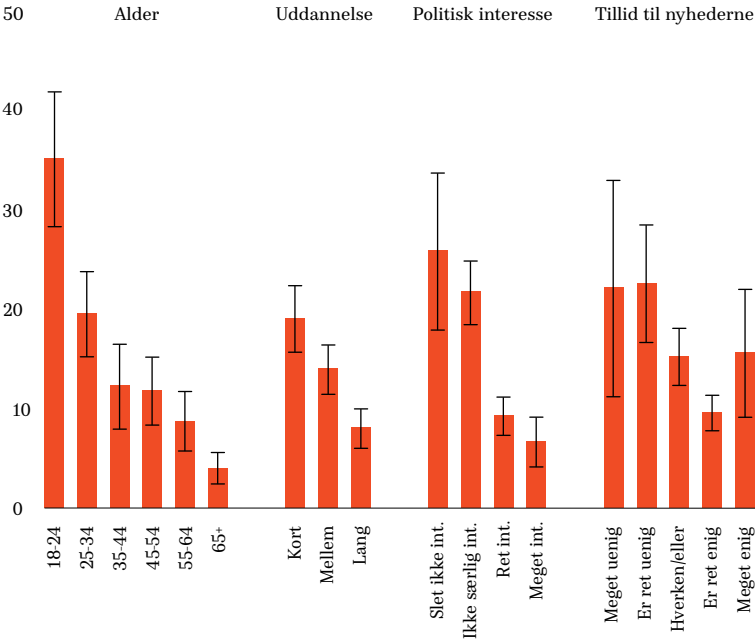
Som vi så ovenfor, er det kun for en mindre del af befolkningen, at de sociale platforme udgør den primære nyhedskilde. Figur 6 beskriver den andel, der har sociale platforme som deres primære nyhedskilde, i forhold til alder, uddannelse, politisk interesse og tillid til nyhederne. Her ser vi, at det særligt er yngre og kortuddannede og dem, der ikke er interesserede i politik, som har sociale platforme som deres primære nyhedskilde. Der er ikke nogen klar sammenhæng mellem folks tillid til nyhederne og deres brug af sociale platforme som primær nyhedskilde.

Når nyhederne undgås

De seneste år er der kommet større fokus på de dele af befolkningen, der fravælger nyhederne. Med udgangspunkt i nyhedsforbrugets oplysende rolle ses det som en demokratisk udfordring, når nyheder undgås. Men eksisterende forskning har også nuanceret denne forståelse. For selv om et bevidst fravalg godt kan resultere i, at man slet ikke bruger nyhedsmedierne, så kan nyhedsundgåelse også være et udtryk for, at mediebrugerne forsøger at begrænse deres nyhedsforbrug. Faktisk er de, der oftest undgår nyheder bevidst, også dem, der bruger nyhederne mest.⁷⁰ En undersøgelse af nyhedsundgåelse i forbindelse med folketingsvalget i 2022 viste ligeledes, at selv de, der var enige i, at de forsøgte at undgå nyheder om valget, i gennemsnit anvendte nyhedsmedierne tre dage i løbet af en typisk uge.⁷¹

Tendensen til bevidst at fravælge nyhederne synes at være stigende. Reuters Institute for the Study of Journalism har i sine spørgeskemaundersøgelser spurgt, om borgerne aktivt prøver at undgå nyheder. I 2017 angav 14 %, at det gjorde de "tit" eller "nogle gange". I 2025 var det tal vokset til 27 %.⁷² I forbindelse med folketingsvalget i 2022 var 16 % enige i, at de forsøgte at undgå nyheder om valget.⁷³

Figur 6. Andele med sociale platforme som primær nyhedskilde



Note: Figuren viser i procent den andel af forskellige grupper, der angiver sociale platforme som deres primære nyhedskilde. Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Nyhedsundgåelse kan dog også ses som en mere passiv og ubevidst adfærd.⁷⁴ Som beskrevet i de foregående kapitler har udviklingen i informationsmiljøet medført, at brugerne har fået langt flere muligheder for at finde lige det medieindhold, der passer bedst til deres præferencer. Det betyder, at nyheder i langt højere grad konkurrerer med andet indhold i dag end tidligere. Førhen så mange nyhederne i fjernsynet, fordi der ikke var andre kanaler at vælge imellem end DR1 og TV 2. I dag giver internettet og streamingtjenester mulighed

for at finde lige det indhold, der interesserer allermest, mens nyheder skubbes i baggrunden. I forbindelse med folketingsvalget i 2022 var 37 % enige i, at de ikke havde noget imod nyheder om valget, men at de ikke nåede at følge med i dem.⁷⁵ Det kan være svært at finde tid til nyhederne, når alverdens underholdning kun er ét klik væk.

Grund til bekymring

Trods den store omvæltning i informationsmiljøet over de sidste årtier har befolkningens nyhedsforbrug det generelt godt. Langt de fleste borgere anvender de traditionelle nyhedsmedier, og særligt de store public service-medier DR og TV 2 når fortsat bredt ud med deres journalistik. Der er imidlertid grund til at være bekymret. Det er særligt unge samt dem med en kortere uddannelse, lav interesse i politik og lav tillid til nyhederne, der ikke anvender nyhedsmedier. Særligt de unge, kortuddannede og uinteresserede søger i stedet mod sociale platforme for at få nyheder. Her er der en stor risiko for, at nyhedsforbruget bliver overfladisk og styret af algoritmer frem for journalister. Medborgere med lav tillid til de traditionelle nyhedsmedier kan desuden i stedet søge mod alternative nyhedsmedier. Derudover undgår en voksende del af befolkningen også nyheder bevidst. Selv om det kan ses som et udtryk for at passe på sig selv i en tid med mange overvældende nyheder, så kan det også være et udtryk for, at ikke alle borgere er tilfredse med de nyheder, de har til rådighed.

Kapitel 4

Nyheder, der udfordrer

Jeff Bezos, grundlæggeren af techgiganten Amazon og i dag ejer af den hæderkronede amerikanske avis *Washington Post*, skrev den 26. februar 2025 følgende ud til de ansatte på avisen: "Der var en tid, hvor en avis, især en, der havde monopol lokalt, måske så det som en service at levere en bredt dækkende debatsektion til læserens dørtrin hver morgen, der søgte at repræsentere alle synspunkter. I dag varetager internettet den opgave". Han gjorde det klart, at fra nu af vil le *Washington Posts* debatsektion kun acceptere bidrag, der støttede "individuel frihed og det frie marked". Bezos' tiltag er først og fremmest et af mange eksempler på den accelererede politisering af det amerikanske informationsmiljø.⁷⁶ Samtidig giver udtalelsen anledning til et spørgsmål, der i høj grad også berører nyhedsmedier og -brugere i Danmark. Kan internettet virkelig sørge for at udfordre borgerne på deres holdninger og dermed befri nyhedsmedierne fra denne opgave?

Som beskrevet i kapitel 1 er nyhedsmediernes rolle i et demokrati at forsyne borgerne med relevant information og fungere som arena for den offentlige samtale. Det er grundlaget for, at vi som samfund kan samles om en fælles dagsorden og demokratisk viljesdannelse. Men nyhedsmedierne bidrager også til social sammenhængskraft. Selv om vi hverken kan eller behøver at være enige med alle om alt, har vi via nyhedsmedierne i det mindste indirekte mulighed for at møde hinanden, lære om hinanden og diskutere med hinanden – også dem, vi ellers ikke møder i vores hverdag. De roller

skaber, hvad der kan kaldes en dobbelt forpligtelse til diversitet. Nyhedsmedierne skal dække en varieret og inkluderende palet af emner og stemmer, og nyhedsbrugere skal være villige til at forholde sig til et varieret nyhedsudbud og ikke bare fokusere på det, de i forvejen er enige i.

Om og hvordan denne forpligtelse til diversitet kan indfries, og i hvilken grad den kan og skal pålægges både medier og brugere, er ikke nye spørgsmål. De er dog blevet aktualiseret af bekymringen for to delvist forbundne fænomener. En øget politisering af informationsmiljøet og en tiltagende ensidig eksponering for bestemte nyheder blandt mediebrugerne.

Et politiseret informationsmiljø

Den øgede politisering af informationsmiljøet kommer på den ene side til udtryk gennem en tiltagende politisering og ideologisk segmentering af de traditionelle nyhedsmedier. Allerede i 2007 pegede forskere på, at det danske mediesystem udviklede sig fra en omnibuspresse præget af en publicistisk/kommerciel ejerskabsideologi til en såkaldt segmentpresse præget af en kommerciel/livsstilpolitisk ejerskabsideologi.⁷⁷ Hvor omnibuspresse havde en bred tilgang til stofudvælgelse og tilstræbt objektivitet, har segmentpressen en mere snæver stofudvælgelse og vinklet objektivitet orienteret mod et mere defineret og afgrænset brugersegment. Politiseringen kommer også til udtryk i en sammenblanding af nyheder ('news') og holdninger ('views') samt i debatsektionerne, som i stigende grad indtages af provokerende stemmer.⁷⁸ Disse stemmer kan 'tænde bål' under debatten, ikke mindst på de sociale platforme.

Politiseringen af informationsmiljøet viser sig også med etableringen af nye medier med et klart partisk ståsted i både nyhedsdækningen og debatstoffet. Det omfatter nye partinære medier som *Netavisen Pio* eller *Dit Overblik*, men også alternative medier som *Den Korte Avis*, *NewSpeak*, *Konfront* eller *Solidaritet*.⁷⁹ Disse alternative medier opfatter sig selv som et korrektiv til en oplevet tendens til, at den offentlige samtale

er domineret af en 'mediamainstream'.⁸⁰ De etablerede mediers nyhedsdækning anses af nogle som for venstreorienteret, mens andre finder den for højreorienteret eller for tæt forbundet med magthaverne i samfundet. I forskningen bliver disse medier nogle gange betegnet som 'hyperpartiske medier' for at fremhæve, at der er tale om mere end et overordnet politisk-ideologisk ståsted, som man kender fra de etablerede danske dagblade. Hyperpartiske nyhedsmedier bryder bevist med den journalistiske objektivitetsnorm uden en ambition om at dække vigtige emner, begivenheder eller aktører på en balanceret måde.⁸¹

Ekkokamre og selektiv eksponering

På brugersiden er udfordringen med manglende nyhedsdiversitet ofte et spørgsmål om, hvorvidt publikum hovedsageligt eksponeres for ensidigt nyhedsindhold. I den forbindelse høres ofte betegnelsen 'ekkokamre' om informationsmiljøer, hvor brugere kun kommer i kontakt med holdninger og overbevisninger, som minder om deres egne. Ofte antages det, at disse homogene informationsmiljøer forstærker eksisterende holdninger og på den måde bidrager til yderligere polarisering eller endda radikalisering i samfundet.⁸²

Argumentet bag ekkokamre er et menneskeligt behov for at minimere 'kognitiv dissonans', en psykologisk tilstand, der fører til ubehag, når vi møder argumenter og synspunkter, der kan få vores eget verdensbillede til at krakelere.⁸³ Det ubehag vil man gerne undgå, hvilket fører til 'selektiv eksponering', hvor borgerne opsøger information, som stemmer overens med deres overbevisning. I forbindelse med sociale platforme, men også andre digitale platforme, f.eks. søgemaskiner, tales der om 'filterbobler'. Det udtryk understreger, at den psykologiske disposition til at reducere kognitiv dissonans bliver forstærket af algoritmer på de digitale platforme, som reagerer på brugernes adfærd og udvælger indholdet for at fastholde dem på platformene så længe som muligt.⁸⁴

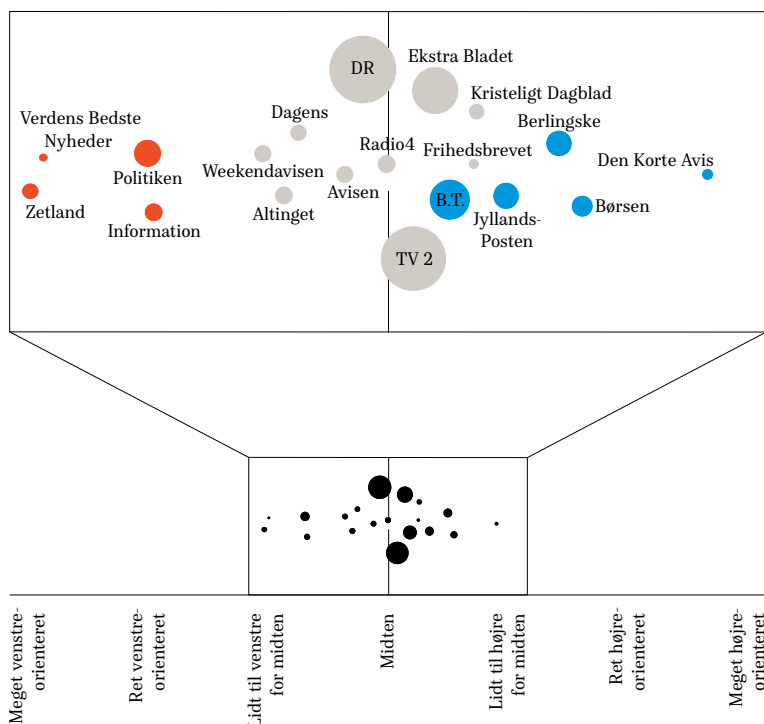
Forskningen har gentagne gange dokumenteret eksisten-

sen af homogene informationsmiljøer på sociale platforme. Under covid-19-pandemien viste en undersøgelse f.eks., at brugere med ensartede holdninger til vaccination interagerede særligt meget med hinanden.⁸⁵ Ligeledes kunne man se, at der, med undtagelse af de første uger af pandemien, var meget lidt overlap i den information, der blev delt i henholdsvis venstre- og højreorienterede informationsmiljøer.⁸⁶

Nyhedsmediernes politiske ståsted

At nyhedsbrugere vælger nyheder ud fra egne holdninger, er intet nyt fænomen. Som beskrevet i kapitel 2 blev den danske presse født ud af et partibaseret firebladssystem, hvor ”enhver større provinsby med respekt for sig selv” havde fire blade, der svarede til de fire største politiske partier: Venstre, Socialdemokratiet, Det Konservative Folkeparti og Det Radikale Venstre.⁸⁷ På trods af opbruddet i de direkte forbindelser til politiske partier og en tiltagende kommerialisering kan særligt de skrevne dagblade fortsat kobles til bestemte ideologiske brugersegmenter. Om man læser *Berlingske*, *Jyllands-Posten*, *Information* eller *Politiken* har været og er fortsat i nogen grad koblet til ens politiske ståsted.⁸⁸ Det afspejles i figur 7, der viser, hvordan brugerne af de enkelte nyhedsmedier gennemsnitligt placerer sig selv på en ideologisk skala. Her fremgår det, at brugerne af *Information*, *Politiken*, *Verdens Bedste Nyheder* og *Zetland* ligger ideologisk til venstre for midten, mens brugerne af *B.T.*, *Jyllands-Posten*, *Berlingske*, *Børsen* og *Den Korte Avis* ligger til højre for midten. Samtidig viser figuren også, at den gennemsnitlige bruger hos de enkelte medier generelt ligger ret tæt på midten af den ideologiske skala, hvilket derfor afspejler en begrænset polarisering af nyhedsforbruget. Der er således ingen af disse nyhedsmedier, som udelukkende bruges af borgerne på de politiske fløje.

Figur 7. Den gennemsnitlige ideologiske selvplacering for nyhedsmediernes brugere

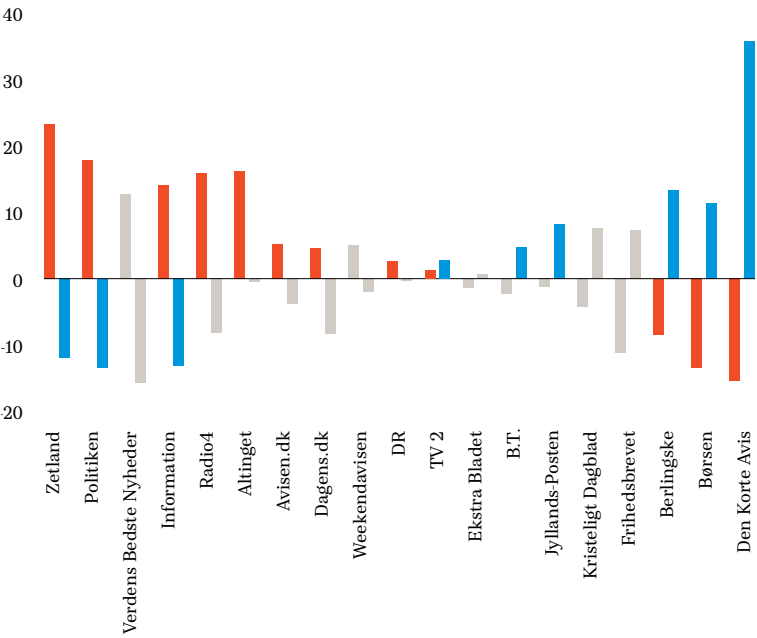


Note: Figuren illustrerer den gennemsnitlige ideologiske selvplacering for nyhedsmediernes brugere. Boblernes størrelse afspejler antallet af brugere. De grå bobler adskiller sig ikke signifikant fra midten. Kilde: Schrøder et al. 2024

Samme mønster finder vi også, når vi ser på, hvor under- eller overrepræsenteret henholdsvis røde og blå vælgere er blandt de forskellige nyhedsmediers brugere. Figur 8 viser, hvor mange færre eller flere der stemte på henholdsvis rød eller blå blok blandt brugere af de enkelte nyhedsmedier. Her ser vi f.eks., at der blandt Zetlands brugere er 23 procentpoint flere røde vælgere, mens der er 12 procentpoint færre blå væl-

gere sammenlignet med den generelle fordeling blandt alle deltagere i undersøgelsen. I den anden ende af spektret ser vi, at der blandt *Den Korte Avis*' brugere er 15 procentpoint færre røde vælgere, mens der er 35 procentpoint flere blå vælgere sammenlignet med den generelle fordeling.

Figur 8. Repræsentation af røde og blå vælgere blandt nyhedsmediernes brugere



Note: Figuren viser, hvor mange flere eller færre procentpoint af de enkelte nyhedsmediers brugere der stemte på et parti i rød eller blå blok ved folketingsvalget i 2022 sammenlignet med den generelle fordeling blandt undersøgelsens deltagere. De grå søjler adskiller sig ikke signifikant fra den generelle fordeling. Kilde: Schrøder et al. 2024

Ligesom i mange andre europæiske lande har vi i Danmark traditionelt ikke sat spørgsmålstegn ved, at mange af vores nyhedsmedier bekender sig til et politisk-ideologisk

grundlag. Vi har heller ikke sat spørgsmålstegn ved, at brugerne i nogen grad fordeler sig hos nyhedsmedierne efter politisk overbevisning. Grundantagelsen er, at det sagtens kan forenes med en velfungerende, oplyst demokratisk offentlighed og viljesdannelse, også fordi nyhedsmedierne trods en øget segmentering bekender sig til normen om tilstræbt objektivitet, som vi beskrev i kapitel 2. Samtidig kan sådan et system med en vis politisk segmentering også godt fungere, så længe nyhedslandskabet i sin helhed er karakteriseret af 'ekstern pluralisme', dvs. at der findes medier, der rummer de forskellige legitime politiske og ideologiske strømninger.⁸⁹

Digitale ekkokamre

På den baggrund kan det undre, at vi nu med fremkomsten af de digitale medier og platforme pludselig er så bekymrede for ideologisk motiveret nyhedsbrug. Særligt fordi det digitaliserede informationsmiljø giver adgang til et langt mere mangfoldigt nyhedsudbud end tidligere. De digitale platforme gør det muligt at publicere og dele nyhedsstof uden store omkostninger til produktion og distribution. Det indebærer ikke, at alle aktører inden for nyhedsproduktion har samme forudsætninger, men det giver ikke desto mindre en hidtil uset mulighed for eksponering over for et bredt udvalg af forskellige nyhedskilder.⁹⁰

Forskningen tyder da også på, at diversiteten bliver understøttet i et digitaliseret informationsmiljø med et stort udbud, og at langt de fleste mediebrugere har en forholdsvis varieret 'nyhedsdiæt'. Ifølge data fra Digital News Report-undersøgelsen kan fire ud af ti borgere beskrives som alsidige eller ivrige nyhedsbrugere, som har en særdeles varieret nyhedsdiæt. Blandt den tredjedel af borgerne, som har en smal nyhedsdiæt, er de foretrukne digitale nyhedskilder public service-medierne dr.dk og tv2.dk.⁹¹ En metaanalyse af relevante studier viser derudover også, at modsat bekymringen for filterbobler så bliver nyhedsbrugen mere mangfoldig, når brugere får deres nyheder 'tilfældigt' gennem sociale platfor-

me, søgemaskiner og andre AI-baserede nyhedsanbefalings-systemer.⁹² Der er således meget, som peger på, at ekkokamre ikke er så udbredte, som man måske umiddelbart skulle tro, når man følger den offentlige debat.

Alligevel kan bekymringen om ekkokamre og filterbobler ikke helt affejes. Eksistensen af digitale ekkokamre kan være problematisk, selv om den kun gælder for et fåtal af nyhedsbrugere. Som den amerikanske forsker Andrew Guess formulerer det: "selv hvis de fleste borgere ikke befinder sig i digitale ekkokamre, så er de alligevel påvirket af den politiske indflydelse fra dem, der gør".⁹³ Det kan f.eks. være, når der sker ekstremistiske handlinger udført af individer, der er blevet radikaliseret på nettet. Men også gennem fremkomsten af nye radikale sociale bevægelser, der danner sig på digitale platforme og lykkes med at få politisk opmærksomhed.⁹⁴

At blive eksponeret for forskellige nyhedskilder er heller ikke nødvendigvis ensbetydende med at blive eksponeret for forskellige holdninger og synspunkter. Da nyhedsindholdet på de digitale platforme ikke redigeres og sammensættes alene af et enkelt nyhedsmedie, men gennem et samspil af forskellige udbydere og brugere, kan den samme nyhedsartikel bruges i forskellige kontekster og til mange formål. Et godt eksempel er det høje antal af links og referencer til etablerede nyhedsmedier og særligt til public service-medier i højreorienterede alternative medier og nyhedsmiljøer.⁹⁵ Her viser det sig, at det er bestemte, nøje udvalgte artikler fra de etablerede medier, der bliver refereret til. Som man ellers kunne forestille sig, er de ikke nødvendigvis udvalgt, fordi de alternative medier vil kritisere mainstreammediernes indhold. I stedet er de ofte udvalgt for at understøtte og legitimere de alternative mediers verdenssyn ved at fungere som 'opportune vidner'.⁹⁶ En DR-artikel, der handler om en forbrydelse begået af en udenlandsk gerningsmand, kan f.eks. blive brugt i en debat om indvandrerkriminalitet, eller en statistik over covid-19-tal publiceret i et etableret nyhedsmedie kan blive genfortolket i ny kontekst. Forskningen kalder dette fænomen for 'kurate-

ringsbobler'⁹⁷ eller 'epistemiske bobler'.⁹⁸ Det betyder, at selv om en given bruger ville blive registreret som en, der har en varieret nyhedsdiæt, da vedkommende har været eksponeret for indhold fra både alternative højrefløjsmedier og etablerede public service-medier, så er ekkokammeret intakt.

Algoritmisk nyhedskuratering

Bekymringen for ekkokamre kan også være forbundet med en følelse af teknisk afmagt og en bekymring for techgiganternes tiltagende magt. Er det platformen eller brugeren, der bestemmer, om man udfordres af alternative stemmer og synspunkter? Forskningens svar vil nok være begge i samspil.⁹⁹ Det er dog langt fra givet, at det er i platformenes egen interesse at fange os i et ekkokammer. Det kan være langt mere effektivt at generere brugerengagement ved at få brugerne til at hidse sig op over indhold, de ikke bryder sig om, end ved blot at bekræfte dem i deres holdninger. Studier viser, at Facebook-opslag, der genererer særligt mange vrede reaktioner, deles langt mere end andre posts.¹⁰⁰ Derudover har *Wall Street Journals* serie 'The Facebook Files' afsløret, at platformene bevidst udnytter det til deres egen økonomiske fordel, at brugerne kan provokeres til at engagere sig.¹⁰¹

Bekymringerne fremmer derfor en diskussion af, hvornår ensidig nyhedseksponering kan blive et problem. Umiddelbart vil de fleste af os nok bedre kunne affinde os med, at en nyhedsbruger af egen drift ikke læser andet end *Politiken* og dermed får en ensidig nyhedseksponering, end at en bruger bliver eksponeret for ensidige nyheder via en algoritme på en platform. Problemet er imidlertid, at forskellen mellem disse to ikke er så tydelig på de digitale platforme, da algoritmisk kuratering udvisker grænserne mellem, hvornår vi frivilligt låser os selv inde i ekkokammeret, og hvornår algoritmerne gør det.

Diversitet er ikke alt

Kapitlet har skitseret nyhedsmediernes og -brugernes dobbel-

te forpligtelse til diversitet. Denne forpligtelse bygger på en normativ antagelse om, at manglende diversitet i nyhedsudbud og -efterspørgsel er et problem for et oplyst demokratisk samfund. Hvorvidt det er entydigt positivt at blive eksponeret for forskelligartet nyhedsindhold, kommer dog an på vores demokratiteoretiske ståsted.

Fra et liberalt, repræsentativt synspunkt vil oplysning være en central byggesten for, at borgere kan træffe en informeret beslutning om, hvilke partier og politikere de vil stemme på, og for at kunne holde magthavere ansvarlige. Fra andre demokratiteoretiske ståsteder vil man have andre forventninger til medierne. Det kan f.eks. være at befordre borgernes mægtiggørelse, deres politiske identitetsdannelse og deltagelse såvel som deres mulighed for at ytre modstand.¹⁰² Her kan ekkokamre derfor forstås som rum, der muliggør politisk socialisering og politisk mobilisering af og blandt ligeindede.

I et samfund som det danske varetages politisk socialisering og mobilisering traditionelt af politiske og civilsamfundsorganisationer: politiske partier, fagforeninger, interesseorganisationer, lokale borgerinitiativer osv. De digitale platforme muliggør nye former for kollektiv organisering og aktivisme. Dermed opstår der digitale fora og miljøer, som er præget af en bestemt dagsorden eller sag, og som ikke stræber efter balance eller objektivitet. På platformene er det dog flydende, hvem der bliver anset som digital nyhedsaktør eller politisk bevægelse. Mange offentlige Facebook-grupper er hybrider, der kan skifte mellem mobilisering, diskussion, informationsdeling og fællesskabsdannelse. Et eksempel er Facebook-grupper for enkelte byer eller bydele, der kan indeholde alt fra lokale nyheder, bageopskrifter, diskussioner om de gode vuggestuer, men også lokalpolitiske initiativer og protester, der vender sig mod nedlukningen af den lokale folkeskole eller en ny motorvej.¹⁰³ Derfor ville det være problematisk at bruge de forventninger, vi har til digital nyhedsformidling og den offentlige debat, som målestok for al informationsde-

ling og -udveksling, der foregår på de sociale platforme. Det illustrerer også pointen fra kapitel 2 om, at digitaliseringen har betydet mere udviskede grænser mellem udbyderne af information, og at det er blevet sværere at se, om der er en journalist til stede.

Mere end blot mangfoldig nyhedsbrug

På mange måder flugter den stærke offentlige og politiske bekymring for digitale ekkokamre ikke med, at kun et fåtal af borgerne bliver eksponeret for et ensidigt udvalg af informations- og nyhedskilder. Nettet er ikke et ekkokammer. Men der kan under visse betingelser opstå ekkokamre på nettet. Alt for tit bruges ekkokamre også som et synonym for alle slags 'informationsforstyrrelser' i det digitale samfund, heriblandt misinformation, polarisering, radikalisering og intentionelle eller uhensigtsmæssige sideeffekter af algoritmisk nyhedskuratering. Men informationsforstyrrelser som misinformation, polarisering og hadtale trives også i digitale informationsmiljøer med høj diversitet. Nogle af de mest radikale nyhedsbrugere er faktisk sande 'nyheds-altædere'.¹⁰⁴ Samtidig risikerer frygten for ekkokamre at miskreditere legitime digitale tilbagetrækningsrum for minoriteter, aktivister og andre fællesskaber.

Diskussionen om ekkokamre taler ind i et større spørgsmål om, hvordan digitaliseringen ændrer den rolle, nyheder kan og skal spille for borgere og samfundet. På den ene side opstår der et større behov for sortering, segmentering og rammesætning af information, hvis vi vil undgå at drukne i en informationsflod af diverse synspunkter, ægte og fabrikerede nyheder eller ende med at koble helt af fra nyhedsstrømmen. På den anden side har vi et stigende behov for at møde hinanden gennem medier, da vi i aftagende grad møder hinanden på tværs af forskellige samfundslag i den fysiske verden.

Kapitel 5

Tilliden til nyhedsmedierne

I sin nytårstale den 1. januar 2025 fremhævede statsminister Mette Frederiksen tillid som en fælles dansk værdi. Hun spurgte til, hvad der udgjorde det danske fællesskab, og svarede, at en vigtig del var, at ”de fleste af os stoler på hinanden. På myndighederne og på medierne”.¹⁰⁵ Få år tidligere, i sin grundlovstale den 5. maj 2019, den dag hun blev valgt som statsminister, kunne hun ellers fortælle, at ”vi stoler over en bred kam mindre og mindre på medier og journalister”.¹⁰⁶

Mette Frederiksens modstridende udtalelser illustrerer to ting. Dels viser de, at det er uklart, hvordan det står til med tilliden til nyhedsmedierne i Danmark. Men hendes gentagne interesse viser også, at tilliden til nyhedsmedierne er central for vores samfund. For at den offentlige samtale og den fælles viljesdannelse kan fungere, er det vigtigt, at borgerne har tillid til de informationer, som de modtager fra nyhedsmedierne. Borgernes tillid til nyhedsmedier kan dermed, på lige fod med borgernes tillid til deres medborgere, politikere og politiske institutioner, betragtes som en forudsætning for et velfungerende demokrati. I udlandet, ikke mindst i USA, er den offentlige samtale præget af en udbredt mistillid til nyhedsmedierne, og i mange andre lande, f.eks. Frankrig og Storbritannien, er tilliden til nyhedsmedier også faldet.¹⁰⁷ I dette kapitel undersøger vi, hvordan borgernes tillid til nyhedsmedier har udviklet sig i Danmark.

Tillid er vigtigt

Den Danske Ordbog definerer begrebet tillid som en "stærk følelse af at kunne tro på, stole på eller regne med nogen eller noget".¹⁰⁸ Med samme udgangspunkt fremhæver forskningen, at en vis grad af tillid er nødvendig for, at moderne samfund kan fungere.¹⁰⁹ Der skelnes ofte mellem to typer af tillidsbegreber: social tillid og politisk tillid. Social tillid betragtes som tillid mellem medborgere og kaldes derfor også interpersonel tillid. Den politiske tillid betegnes som tillid mellem borgere, politikere og samfundets politiske institutioner. Uanset hvilken definition af tillid der er tale om, så fremhæves det, at samfund med en vis grad af tillid er mere trygge og velfungerende samt mere økonomisk konkurrencedygtige.¹¹⁰ I internationale analyser ligger Danmark, sammen med de andre nordiske lande, traditionelt højt, når det gælder begge former for tillid, og tillid betegnes af og til som en særlig nordisk kapital – det nordiske guld.¹¹¹ På grund af de mange positive effekter, som tillid har, bliver fald i tillid også set som en advarselsslampe for udviklingen i demokratiets tilstand.

Ligesom social tillid og politisk tillid betragtes tillid til nyhedsmedierne som en indikator for demokratiets og den offentlige samtales tilstand. Tillid til nyhedsmedierne kan ses som borgernes oplevelse af, om nyhedsmedierne udfører deres journalistiske arbejde på en måde, som er til gavn for dem og samfundet mere generelt. Når borgerne har tillid til nyhedsmedierne, forventer de altså, at nyhedsmedierne lever op til deres demokratiske rolle, leverer pålidelig information og arbejder i overensstemmelse med god journalistisk praksis og professionel etik. En sådan tillid kræver, at borgerne er villige til at acceptere en vis grad af usikkerhed og risiko i forhold til de nyheder, de modtager, da de ofte ikke selv vil have mulighed for at efterprøve informationen. Borgerne må derfor stole på, at journalister gør deres arbejde ordentligt og tilbyder pålidelig information. Hvis nyhedsmedierne ikke leverer pålidelig information, er der en risiko for uønskede konsekvenser for borgerne. En konsekvens kan være, at man

stemmer på en politisk kandidat, der ikke passer til ens præferencer.¹¹²

Udfordringer for tilliden til nyhedsmedier

Det er ofte de lande, hvor tilliden til nyheder falder, der løber med overskrifterne i den offentlige debat. Men den internationale forskning i tilliden til nyhedsmedier viser et langt mere nuanceret billede. Der er ganske vist generelt tale om et mindre fald i tilliden til nyhedsmedier, men udviklingen er meget forskellig mellem forskellige verdensdele og forskellige lande.¹¹³

Faldende tillid til nyhedsmedierne i nogle lande, og særligt i USA, fremkalder en debat om de bagvedliggende årsager. Når man skal analysere og forklare tillid eller mistillid til nyhedsmedierne, er det væsentligt at tage faktorer hos både afsendere og modtagere, altså nyhedsmedier og brugere, med i betragtning. Man kan også se i den offentlige debat om faldende tillid til nyhedsmedierne, at mistanken falder på flere forskellige faktorer.

Ud fra modtagerperspektivet er det blevet diskuteret, om den stigende politiske polarisering i befolkningen kan have indflydelse på tilliden til nyhedsmedier.¹¹⁴ Argumentet er, at når personer med stærke politiske overbevisninger bliver mindre interesseret i at lytte til eller anerkende andre politiske overbevisninger end deres egne, kan det have indflydelse på graden af tillid til nyhedsmedier. Den forklaring støttes af det, man i forskningen kender som 'de fjendtlige mediers effekt'. Dette begreb sigter til, at brugere af nyhedsmedier har en tendens til at opfatte medieindhold som særligt kritisk over for deres egne overbevisninger.¹¹⁵ Således er der en tendens til, at den samme nyhed kan opfattes som skævvredet i venstreorienteret retning af folk, der selv stemmer til højre for det politiske centrum, og som skævvredet i højreorienteret retning af folk, der stemmer til venstre for det politiske centrum. Evidensen for, om dette kan forklare tillid og mistillid til nyhedsmedierne, er dog uklar. I nogle lande, f.eks. USA, er

der tendens til, at politisk polarisering påvirker tilliden, mens udviklingen i langt mindre grad er til stede i andre lande.¹¹⁶

Det er også væsentligt at overveje indholdet fra nyhedsmedierne som en faktor, der kan påvirke befolkningen i forhold til tillid.¹¹⁷ Et af de aspekter, der ofte bliver diskuteret, er, at tilliden til nyhedsmedier, der har en meget kommerciel og tabloid tilgang til dækningen af politik, kan påvirke brugerne tillid til dem i en negativ retning. Derfor bliver der ofte udtrykt bekymring for det stigende kommercielle pres på nyhedsmedierne, da der er frygt for, at det kan medføre lavere tillid til nyhedsmedierne. På samme måde kan medieskandaler, det vil sige skandaler, der omfatter fejl i nyhedsmediernes indhold eller uetisk adfærd,¹¹⁸ risikere at skade publikums opfattelse af et nyhedsmedie.¹¹⁹

Endelig er det blevet fremhævet, at spørgsmålet om tillid til nyhedsmedier kan forstås som et symptom på et generelt fald i befolkningens tillid til samfundets bærende institutioner, som vi har set i flere andre lande. Her fremhæver forskere, at vi som samfund kan være vidne til en gradvis de-institutionalisering.¹²⁰ Bærende institutioner i et samfund forandrer sig og udfordres af især den digitale udvikling. Som beskrevet i kapitel 2, så handler det inden for nyhedsmedierne om, hvordan forskellige typer af digitale medier er blevet en del af den daglige nyhedsformidling, og hvordan de forandringer påvirker borgernes opfattelse af de traditionelle nyhedsmedier.

Udviklingen i tilliden til danske nyhedsmedier

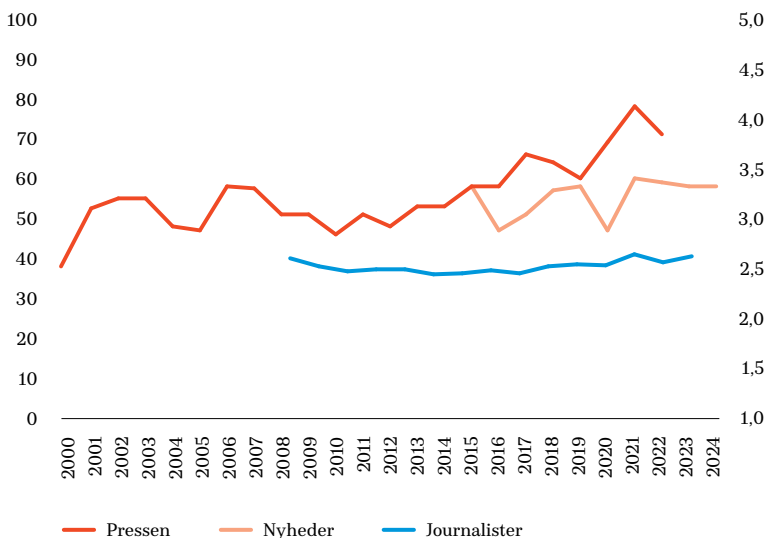
I det hele taget er det væsentligt at holde øje med, hvordan tilliden til nyhedsmedierne udvikler sig. Når tilliden til nyhedsmedier og journalistik ofte bliver debatteret i offentligheden med udgangspunkt i en bekymring om faldende tillid, er det nødvendigt at se på data, der følger udviklingen over en længere periode. Figur 9 illustrerer tilgængelige data fra undersøgelser, der på forskellig vis har målt tilliden til nyhedsmedier i Danmark over en længere periode.¹²¹ Vi starter med

at se på tilliden til journalister. Her har konsulentbureauet Radius Kommunikation i en årrække via spørgeskemaundersøgelser gennemført en troværdighedsanalyse, der måler befolkningens tillid til en række professioner. Her ligger tilliden til journalister og politikere på niveau med bilforhandlere. På en skala fra 1, der er meget lav, til 5, der er meget høj, ligger tilliden til journalister stabilt på omtrent 2,5 igennem årene. Men det er ikke så overraskende, at borgerne har mindre tillid til journalister end f.eks. læger, som er en af de professioner, borgerne har mest tillid til. I modsætning til f.eks. læger beskæftiger journalister sig med forhold, som deler vandene, og som i højere grad handler om holdninger. En vigtig pointe er dog, at vi ikke ser nogen generel tendens til, at tilliden til den journalistiske profession falder.

Siden 2015 har Reuters Institute for the Study of Journalism i sine årlige spørgeskemaundersøgelser til Digital News Report spurgt, hvor enige eller uenige borgerne er i udsagnet "Jeg tror, at man, det meste af tiden, kan stole på de fleste nyheder". I figur 9 er udviklingen illustreret for andelen, der svarer enten "meget enig" eller "ret enig". Trods små udsving ser vi, at flertallet af befolkningen er enige i udsagnet.

Den længste periode med data strækker sig fra 2000 til 2022 og stammer fra Europa-Kommissionens Eurobarometer, som er en spørgeskemaundersøgelse, der jævnligt gennemføres i en række europæiske lande. Her spørges deltagerne, i hvor høj grad de har tillid til en række medier og institutioner. Figuren viser udviklingen i den andel, der angiver at være tilbøjelig til at have tillid til den trykte presse. Her ser vi, at der, på trods af udsving, faktisk samlet set er sket en stigning i tilliden gennem perioden, og at størstedelen af den danske befolkning i dag har tillid til den trykte presse.

Figur 9. Tilliden til pressen, nyheder og journalister over tid



Note: Den røde linje er baseret på data fra Europa-Kommissionens Eurobarometer og viser, hvor stor en andel der svarer, at de er tilbøjelige til at have tillid til pressen. Den lyserøde linje er baseret på data fra Reuters Institute for the Study of Journalism og viser, hvor stor en andel der svarer, at de er enige i, at de kan stole på de fleste nyheder det meste af tiden. Den blå linje er baseret på data fra Radius Kommunikation og viser den gennemsnitlige tillid til journalister på en skala fra 1 (meget lav) til 5 (meget høj). Kilder: Europa-Kommissionen u.å.; Schröder et al. 2024; Radius Kommunikation 2023.

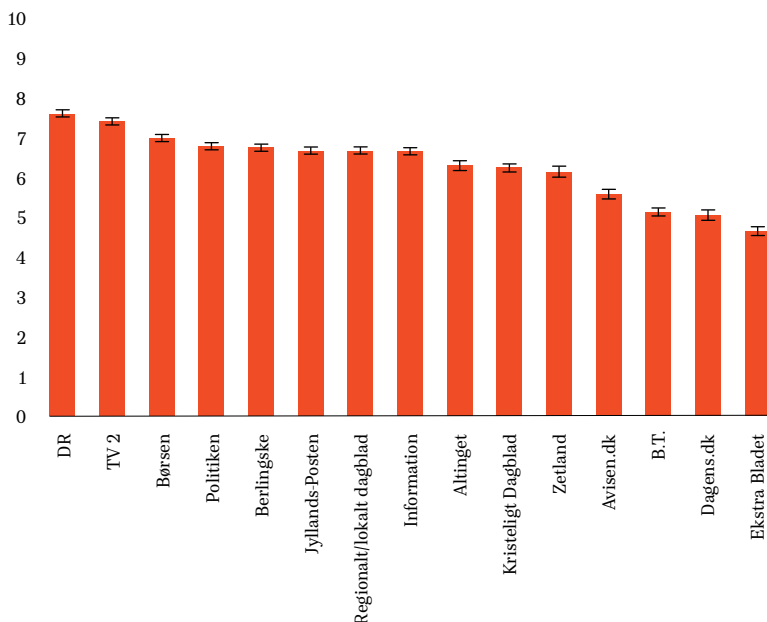
De undersøgelser, som over tid har fulgt udviklingen i tilliden til journalister og nyhedsmedier i Danmark, støtter altså ikke en fortælling om faldende tillid. Det er dog ikke nødvendigvis ensbetydende med, at der ikke er et problem, som er relevant at diskutere. Det er nemlig svært at bestemme, hvad der er en passende grad af tillid til nyheder, og dermed også svært at bestemme, om den grad af tillid, man måler i undersøgelser, er lav, høj eller passende. En måde at få et informeret og nuanceret grundlag at tage debatten på er ved at se på studier, der sammenligner tillid til nyhedsmedier på tværs af

lande. Det kan give et pejlemærke om tingenes tilstand i Danmark. Både tallene fra Eurobarometer og fra Digital News Report viser, at tilliden til nyhedsmedierne i Danmark såvel som andre nordiske lande er høj. I 2024 var andelen, der udtrykte tillid til nyhederne således 57 %, mens den til sammenligning var 32 % i USA, 36 % i Storbritannien og 43 % i Tyskland.¹²² Selv om tilliden til journalister og nyhedsmedier godt kunne være højere, er der altså ikke noget, som tyder på, at den generelt er faldet i Danmark, og sammenlignet med andre lande har tilliden til de danske nyhedsmedier det godt.

Tilliden til specifikke nyhedsmedier

Borgerne i Danmark udtrykker også en høj grad af tillid til en lang række af specifikke nyhedsmedier som illustreret i figur 10. Undersøgelserne viser især høj tillid til de klassiske nyhedsmedier, dvs. til de to store public service-medier og til landsdækkende og lokale aviser. Disse tillidserklæringer afspejler i høj grad borgernes brug af nyhedsmedier, da det er de samme nyhedsmedier, der typisk bruges af de fleste inden for en given uge, som kapitel 3 viste. Denne sammenhæng gælder dog ikke for tabloidmedierne *Ekstra Bladet* og *B.T.* Deres brugere tilgår i stort omfang deres hjemmesider og apps, men trods det scorer de to medier en lavere grad af tillid end mange af de andre etablerede medier. Dermed også sagt, at lav grad af tillid til et nyhedsmedie ikke nødvendigvis afføder en lavere brug af samme nyhedsmedie. Omvendt viser flere studier, at høj tillid styrker villigheden til at betale for nyhedsmediernes produkter, og derfor kan mistillid også blive problematisk for mediers overlevelse.¹²³ Nyhedsmedier, der er afhængige af betaling, har dermed en klar interesse i at være opmærksomme på, hvorvidt deres brugere har tillid til dem eller ej.

Figur 10. Befolkningens tillid til udvalgte nyhedsmedier



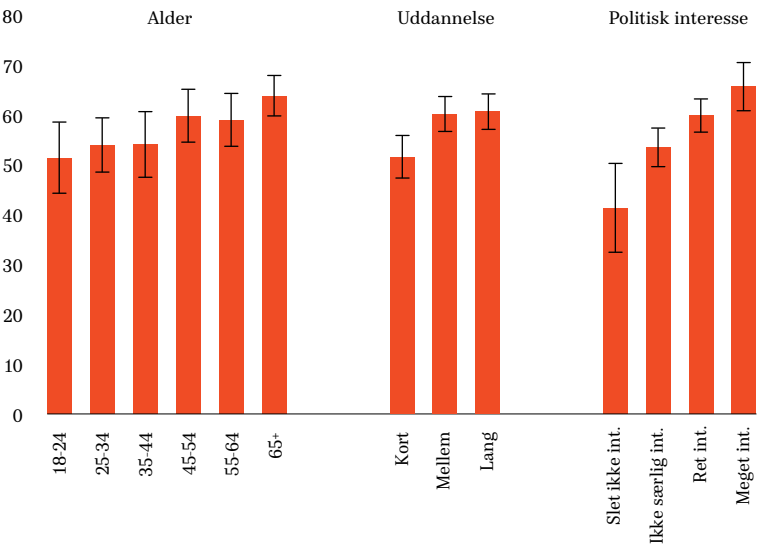
Note: Figuren viser den gennemsnitlige tillid til nyhedsmedierne på en skala fra 0 (slet ikke troværdige) til 10 (fuldstændig troværdige). Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Demografiske faktorer for tillid

Selv om befolkningen således generelt udtrykker tillid til nyheder og nyhedsmedier, er tilliden ikke ligeligt fordelt i befolkningen. Figur 11 illustrerer tilliden til nyheder på tværs af alder, uddannelse og politisk interesse. I forhold til alder stoler 51 % af de 18 til 24-årige på nyheder generelt, mens tallet for den ældste aldersgruppe på 65+ år er 63 %. I forhold til uddannelse stoler 51 % af befolkningen med kort uddannelse på nyheder generelt, mens tallet for befolkningen med lang

uddannelse er 60 %. Og ud fra politisk interesse er resultaterne endnu mere markante. Her stoler 41 % af dem med lav politisk interesse på nyheder generelt, mens det er 65 % blandt de mest politisk interesserede.

Figur 11. Tillid til nyheder for alder, uddannelse og politisk interesse



Note: Figuren viser i procent den andel af forskellige grupper, der er "enig" eller "meget enig" i, at de kan stole på de fleste nyheder det meste af tiden. Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Igen kan det dog være svært at definere præcist, hvad den rigtige grad af tillid er eller bør være. Det væsentlige er at forholde sig til variationerne på tværs af alder, uddannelse og politisk interesse. I forhold til social klasse indikerer undersøgelser, at borgere med højere indtægter og lange uddannelser forbruger flere nyhedsmedier og ofte også andre nyhedsmedier end borgere med kortere uddannelse og lavere indtægter.¹²⁴

Da nyhedsmedierne er med til at sikre oplysning og fremmer den demokratiske samtale, skaber disse skævheder en risiko for, at der er grupper af borgere, som bliver marginaliserede.¹²⁵

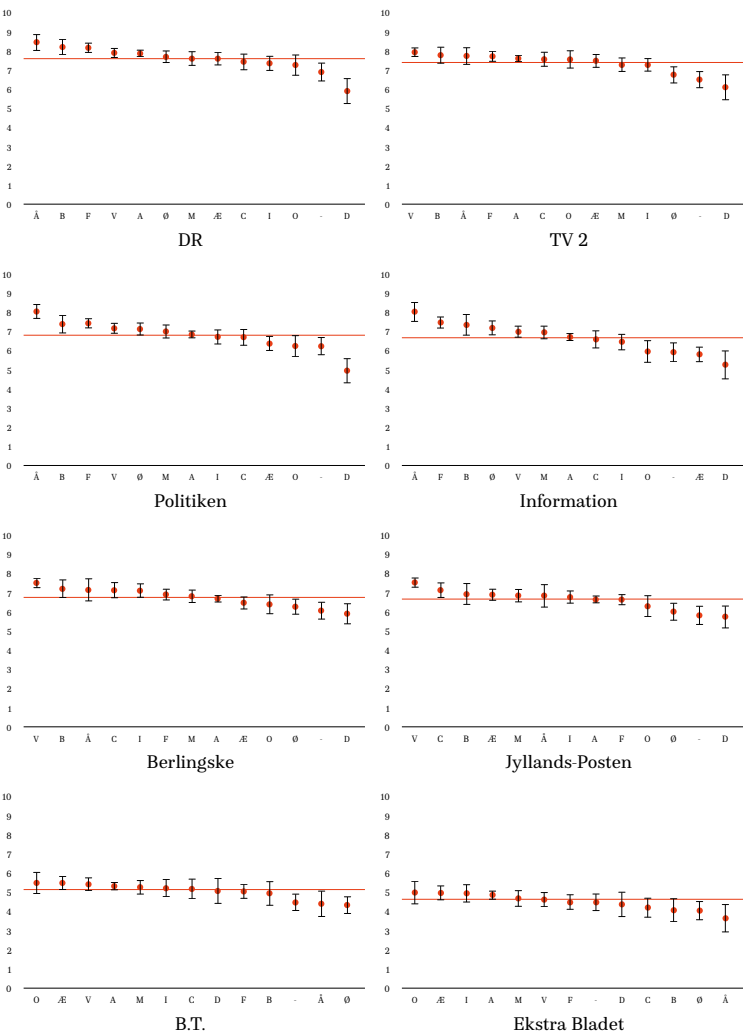
Variationerne på tværs af alder fortjener en særlig opmærksomhed. De rejser nemlig spørgsmålet om, hvorvidt den lavere tillid blandt de unge kommer til at følge den yngre generation op gennem livet, så de vil blive ved med at have en lavere grad af tillid til nyhedsmedierne, når de bliver ældre. Hvis det er tilfældet, kan det skabe en risiko for, at den samlede tillid til nyhedsmedierne falder, fordi de mere tillidsfulde generationer falder væk, i takt med at nye generationer med mindre tillid til nyhedsmedierne bliver ældre. Der er dog også den mulighed, at den lavere tillid knytter sig til den livsfase, de unge er i, og deres tillid bliver øget, efterhånden som de måske uddanner sig og bliver mere politisk interesserede. Så selv om analysen samlet set ikke får alarmklokkerne til at ringe, fremhæver den en række opmærksomhedspunkter i forhold til, om de registrerede forskelle i graden af tillid mellem langt- og kortuddannede og mellem yngre og ældre mediebrugere vil vokse i fremtiden. Det kan potentielt svække samfundets sammenhængskraft.

Tillid og partivalg

Et yderligere opmærksomhedspunkt er forskellen i tillid til nyhedsmedier baseret på partipræferencer. Selv om mediebrugen i Danmark langtfra er så polariseret som i f.eks. USA, så viser en nærmere analyse af danske data alligevel forskelle på tværs af partipræference, som er illustreret i figur 12.

Ser vi på tilliden til public service, DR og TV 2, scorer de begge højt. Det gælder på tværs af de fleste partiers vælgere. Man kan dog se udsving. For både DR og TV 2 gælder det, at vælgere, der enten vil stemme på Nye Borgerlige eller slet ikke vil stemme, har en lavere tillid til de store public service-medier, og for TV 2 gælder det også for Enhedslistens vælgere. Det overordnede billede er dog, at vælgerne fra langt de fleste politiske partier har tillid til dansk public service.

Figur 12. Tillid til nyhedsmedier og partipræference



Note: Figuren illustrerer tilliden til specifikke nyhedsmedier på en skala fra 0 (slet ikke troværdige) til 10 (fuldstændig troværdige) på tværs af partipræference målt som det parti, deltagerne stemte på ved folketingsvalget i 2022. Partierne er angivet med partibogstav, og de deltagere, der stemte blankt eller ikke stemte, er angivet med "-". Vertikale linjer angiver 95 %-konfidensintervaller. Kilde: Schrøder et al. 2024

Tillidstallene for aviserne *Berlingske*, *Information*, *Jyllands-Posten* og *Politiken* viser også mindre udsving, når partipræferencer inddrages i analysen. Det skal ses i lyset af figur 8, der også fremhævede mindre vælgerpræferencer i forhold til brugen af disse nyhedsmedier. Igen er det Nye Borgerliges vælgere, der har lavere tillid. Der viser sig også en tendens til, at vælgere med præference for Dansk Folkeparti og Danmarksdemokraterne har lavere tillid til *Information* og *Politiken* end gennemsnittet, mens Enhedslistens vælgere har mindre tillid end gennemsnittet til de borgerligt funderede aviser *Berlingske* og *Jyllands-Posten*. Omvendt udtrykker en stor andel af brugere med andre partipræferencer på begge fløje en høj grad af tillid til aviserne. Endelig viser analysen, at tilliden til de to tabloide nyhedsmedier *Ekstra Bladet* og *B.T.* ligger lavere end tilliden til de andre nyhedsmedier. Her er det især vælgere, som stemmer på Enhedslisten og Alternativet, der har mindre tillid end gennemsnittet.

Det overordnede billede er altså, at der ikke er stor variation i tilliden til de enkelte nyhedsmedier på tværs af partipræference. Forskellene viser sig især på yderfløjene. Netop det kan være en medvirkende årsag til fremvæksten af nye hyperpartiske onlinemedier, der ser sig selv som et korrektiv til de etablerede nyhedsmediers verdensbillede og formidling, som kapitel 4 beskrev.

Alt det, vi stoler på

Svaret på dette kapitels overordnede spørgsmål om, hvorvidt befolkningen stoler på nyhedsmediernes, er et ja, især når man betragter spørgsmålet i relation til andre lande. Svaret er dog delvist afhængigt af brugernes alder, deres uddannelsesniveau og interesse for politik. I Danmark er forskellene i tillid på tværs af partipolitisk ståsted begrænsede, især når man sammenligner med situationen i bl.a. USA.

Når der i debatten tales om mediernes tillidskrise, skal man huske at holde sig for øje, at situationen i andre lande ikke automatisk kan overføres til Danmark, hvor der, i hvert

fald for nuværende, er en relativt høj og stabil tillid til nyhedsmedierne. De forskelle, der trods alt er i tilliden til nyhedsmedierne på tværs af alder, politisk interesse og uddannelse, viser, at tillid til nyhedsmedierne ikke alene er noget, som nyhedsmedier skaber eller kan ændre selv, men er del af et større og mere komplekst samspil mellem en stat, dens institutioner og dens borgere.

Påvirkningen fra sociale platforme er også i spil. Undersøgelser viser, at brugere generelt har en lavere tillid til sociale platforme, end de har til nyhedsmedier. Når brugerne i højere grad anvender de sociale platforme, og nyhedsmedierne samtidig bruger disse platforme til at få deres indhold ud til flere brugere, kan det have en afsmittende effekt, så tilliden til nyhedsmedierne også bliver lavere.¹²⁶ Denne bekymring næres af, at brugere, der ser nyheder på sociale platforme, efterfølgende har svært ved at huske kilden til nyhederne.¹²⁷ Som vi skal se i næste kapitel, så viser undersøgelser, at en del af befolkningen oplever at blive udsat for misinformation og fjendtligheder på sociale platforme, hvilket kan skade tilliden til det samlede medieudbud i Danmark. Dermed bliver dele af spørgsmålet om tilliden til nyhedsmedier også indlejret i overordnede spørgsmål om regulering af de sociale platforme.

Nyhedsmedierne har også selv en rolle at spille i forhold til at udvikle tilliden mellem dem og borgerne. Der er ingen nemme svar, men forskningen peger bl.a. på, at måden, nyhedsmedierne italesætter politik på, påvirker brugernes tillid til nyhedsmedierne. At præsentere politik som et spil om magt i stedet for en substantiel forhandling om at løse samfundets problemer kan ikke bare skade tilliden til politikerne, men også tilliden til nyhedsmedierne selv.¹²⁸ Et andet greb, nyhedsmedierne kunne tage i brug, er øget transparens omkring deres arbejde. Det handler om, at nyhedsmedierne i højere grad kunne gøre det synligt over for læsere, lyttere og seere, hvordan en nyhed er blevet til, for eksempel i forhold til valg af vinkel eller til- og fravalg af kilder. På nuværende

tidspunkt er det dog uklart, hvorvidt sådanne tiltag kan styrke publikums tillid til et nyhedsmedie.¹²⁹

Kapitel 6

Strømmen af mis- og des-information

Diskussionen om effekterne af mis- og desinformation, der især spredtes på sociale platforme som YouTube, Facebook og X, og hvad spredningen betyder for vores demokrati, fylder meget. Bekymringen er dog ikke ny. Efter afslutningen af Koreakrigen i starten af 1950'erne valgte nogle få amerikanske krigsfanger at blive i Nordkorea i stedet for at vende hjem til USA. Det rejste en debat om, hvorfor de besluttede sig for at blive. I Vesten havde man svært ved at forstå, hvorfor nogen 'frivilligt' kunne vælge at blive hos den kommunistiske fjende, de havde kæmpet imod, og som havde taget dem til fange. En antagelse var, at krigsfangerne på en eller anden måde var blevet manipuleret eller hjernevasket. Faktisk stammer det engelske begreb 'brainwashing' netop fra mediedækningen af Koreakrigen, og det rejste en følgedebat om, hvordan man kunne forhindre, at nogen blev hjernevasket.

Et af de mest kendte svar inden for kommunikationsforskning er William McGuire's såkaldte inokulationsteori.¹³⁰ Argumentet er, at vi generelt ikke er trænede i at argumentere for eller forsvare det, der karakteriserer vores samfund, f.eks. hvorfor vi foretrækker at leve i et liberalt demokrati frem for under et kommunistisk styre. Derfor er befolkningen også dårligt rustet til at modstå kommunistisk propaganda. Ifølge inokulationsteorien skal personer eksponeres for en mindre dosis af ikke særligt stærke argumenter for kommunismen,

der så straks følges op af modargumenter. På den måde kan man ifølge teorien undgå at blive ledt på vildspor. Det svarer til den proces, der foregår i kroppen, når man bliver vaccineret mod en sygdom. Man får indsprøjet et middel, der er tilstrækkeligt til at træne immunsystemet mod en sygdom, men ikke gør en syg. Forskning med afsæt i inokulationsteorien har hurtigt omfavnet andre emner end det grundlæggende samfundsideologiske, og den har vist, at inokulation virker.¹³¹

I den første magtudredning spillede spørgsmålet om at kunne modstå visse informationer ingen større rolle. Louise Phillips og Kim Schrøder noterede i deres undersøgelse i den første magtudredning,¹³² at langtuddannede var bekymrede for en 'tabloidisering' af tv-indhold og de konsekvenser, den ville få for de kortuddannedes muligheder for at deltage i demokratiet. Overordnet set konkluderede forfatterne dog, at borgerne omkring årtusindeskiftet var gode til at navigere i mediernes udbud og gode til at forholde sig kritisk til medieindhold.

Siden dengang er spørgsmålet om, hvordan man kan beskyttes mod effekter af information, dog for alvor kommet på dagsordenen. Forskningen på området trækker netop bl.a. på McGuires inokulationsteori. Årsagen bag den fornyede interesse er spredningen af mis- og desinformation på sociale platforme. Der er imidlertid sket en vis forskydning i vores blik på, hvordan uønskede budskaber undgås. McGuire og kollegers forskning fokuserede i høj grad på individer, dvs. hvordan den enkelte borger reagerede på kommunikation. Det gør forskningen fortsat. Samtidig har vi også fået blik for, at individer indgår i større fællesskaber og påvirker hinanden. Vi er begyndt at tale om flokimmunitet.¹³³ For eksempel har forskning om coronakonspirationer påpeget, at konspirationer er mindre udbredte i Nordeuropa, inklusive Danmark, end i det sydøstlige Europa.¹³⁴ Nogle lande er tydeligvis mere modstandsdygtige over for mis- og desinformation end andre.

Definition af mis- og desinformation

Begreberne 'misinformation' og 'desinformation' omfatter begge forkerte eller misvisende informationer. Betydningsforskellen mellem de to begreber ligger i, hvorfor disse forkerte eller misvisende informationer kommer ud. Når vi taler om misinformation, antager vi, at afsenderen af den forkerte eller misvisende information ikke spreder misinformationen med vilje. Det kan være, fordi man tager fejl eller misforstår noget, når man producerer indhold, eller fordi man deler noget, man ikke ved, er forkert. Anderledes forholder det sig, når vi taler om desinformation. Det begreb dækker over forkert eller misvisende information, som afsenderen med overlæg har sat i verden og deler. I mange tilfælde kan det være svært at skelne mellem mis- og desinformation i praksis, da vi jo sjældent kender til baggrunden for, at forkert eller misvisende information spredes.

Et tredje begreb i diskussioner om informationsmiljøets kvalitet er 'fake news'. Det er dog et uskarpt begreb. Fake news er blevet anvendt i efterhånden mange forskellige sammenhænge¹³⁵ og kan dække over både mis- og desinformation. Samtidig er det også et politiseret begreb, der ofte anvendes af politikere, når de er utilfredse med eller uenige i mediernes fremstilling af en sag eller deres person.¹³⁶ Det sker også i Danmark,¹³⁷ men næppe særligt tit. Derfor er det ofte at foretrække at tale om mis- og desinformation i stedet for fake news.

De nye udfordringer

Produktion og spredning af mis- og desinformation er ikke et nyt fænomen, men diskussionen om det er dog blevet aktualiseret på grund af en række forandringer og magtforskydninger de seneste år. I årtierne efter Anden Verdenskrig har vi været vant til, at adgangen til arenaerne for den offentlige samtale blev reguleret af såkaldte gatekeepers. Den offentlige samtale fandt sted i dagbladene og i de elektroniske medier som radio og tv, og det var journalisterne, der bestemte, hvem der blev interviewet og fik taletid, og det var debatredaktø-

terne, der bestemte, hvem der kunne få et læserbrev eller en kronik på debatsiderne. Disse beslutninger tog journalisterne og redaktørerne primært ud fra professionelle og etiske vurderinger, som de på tværs af medier var nogenlunde enige om, som beskrevet i kapitel 2.¹³⁸

Når meget af vores mediebrug i dag foregår på sociale platforme som Facebook, X eller TikTok, og især unge får nyheder derfra, kan der opstå udfordringer. Modsat traditionelle medier er der næsten ingen gatekeepers på de fleste platforme, der ud fra journalistisk-professionelle kriterier vurderer, hvem der skal have adgang til arenaen for den offentlige samtale. Alle kan dele stort hvad som helst, så længe platformene selv tillader det. Heri ligger en vis form for demokratisering af den offentlige samtale, men udviklingen har en bagside. Platformene er som udgangspunkt ligeglade med, om deres indhold hjælper os med at være oplyste medborgere i vores samfund, bare indholdet fastholder vores opmærksomhed, og delingen af information styres af algoritmer, som ikke er offentligt kendte.¹³⁹ Forskningen viser også, at det ikke er helt nemt for brugerne at navigere i det 'platformiserede' informationsmiljø. Mediebrugerne er nemlig som nævnt ofte ikke opmærksomme på, hvorfra nyheder stammer, når de møder dem på platformene.¹⁴⁰

De nye digitale platforme betyder også, at politisk og andre former for aktivisme har fået nye muligheder. I dag er det nemmere end tidligere at samle ligesindede og koordinere aktiviteter online og offline.¹⁴¹ MeToo-bevægelsen er et eksempel herpå. I dag er der også mulighed for at etablere sig som debattør eller som influencer uden om de etablerede medier og deres gatekeepers. I skrivende stund er influencere dog i en politisk kontekst et begrænset fænomen i Danmark, især sammenlignet med USA.¹⁴²

Magten over dagsordenen er således mere spredt i dag end tidligere, men det rejser et spørgsmål om, hvorfor enkeltpersoner vælger at bruge den magt, de har fået til at påvirke debatten, til at dele informationer, som de ved, er forkerte el-

ler misvisende. Nogle gør det af simpel uopmærksomhed omkring, hvad de deler.¹⁴³ Andre gør det for underholdningens og pengenes skyld, andre igen for at kommentere på informationernes mangelfuldhed. Fra USA ved vi, at politisk polarisering og had til dem, man er politisk uenig med, er en central drivkraft til bevidst at dele forkert eller misvisende indhold.¹⁴⁴ Det danske samfund er ikke præget af udtalt politisk polarisering, men de personer, der er ude på de ekstreme fløje, har fået nye værktøjer til rådighed.

Mis- og desinformation er et globalt anliggende. I 2016 kom der i forbindelse med den amerikanske præsidentvalgkamp og Storbritanniens Brexit-afstemning øget opmærksomhed på desinformation fra udenlandske kilder. Diskussionen handler især om Rusland, som længe har arbejdet på at sprede desinformation.¹⁴⁵ Rusland ønsker at destabilisere vestlige demokratier som det danske. Derfor har EU i 2015 etableret East StratCom Task Force, hvis primære opgave er at informere og samle viden om (især) russiske desinformationskampagner. Først i 2018 begyndte EU dog at støtte initiativet økonomisk.

Det er vanskeligt at vide, præcis hvor meget mis- og desinformation der cirkulerer i det dansksprogede informationsmiljø. Det skyldes bl.a., at de store techgiganter ikke deler data. EU-regulering fra 2022, Digital Services Act, kræver, at techgiganterne skal være mere åbne, men i skrivende stund har den nye regulering endnu ikke ændret meget på techgiganternes lukkethed.¹⁴⁶ I 2024 blev *Indeks for det danske digitale demokrati* lanceret, og et estimat heri kom frem til, at 1 % af alle links, der er blevet delt i den danske Facebook-offentlighed mellem august 2023 og august 2024, kan føres tilbage til fake news-webkilder.¹⁴⁷ Danmark er dog indtil videre et af de lande, hvor borgerne rapporterer mindst om oplevet mis- og desinformation.¹⁴⁸

Oplevelse af mis- og desinformation er selvsagt ikke det samme, som at det, man eksponeres for, vitterlig er mis- eller desinformation. Når det er vigtigt at vide, hvor meget mis- og desinformation borgerne oplever, så skyldes det bl.a., at der

er en bekymring for, at selve debatten om og mødet med mis- og desinformation kan have skadelige virkninger.¹⁴⁹ Ruslands formål med at sprede desinformation er ikke nødvendigvis at få mediebrugerne til at tro på de løgnagtige historier, der spredes, men at få skabt usikkerhed omkring, hvad der er korrekt eller forkert. Det er det, som formentlig er en af de største farer for os i de vestlige liberale demokratier: at tilliden til de informationer, vi møder i hverdagen, undermineres. Som vi så i kapitel 5, er tilliden til nyhedsmedierne for de flestes vedkommende i Danmark indtil videre relativt høj og stabil. Det er vigtigt at værne om denne tillid, for uden den er der ikke basis for en velfungerende offentlig samtale og viljesdannelse, og dermed er der ikke basis for et velfungerende, liberalt demokrati.

Danmarks resiliens

I forskning om mis- og desinformation taler man om, at nogle lande er mere modstandsdygtige eller resiliente over for mis- og desinformation. De nordiske lande, inklusive Danmark, er blandt de mest resiliente lande,¹⁵⁰ og det skyldes både individuelle faktorer og samfunds faktorer.

Som vi så i kapitel 3, bruger mange borgere i Danmark public service-medier og andre publicistisk orienterede medier, som er generelt kendetegnet ved professionel journalistik af høj kvalitet. Jo mere oplyst et samfund er, jo nemmere er det tilsyneladende at håndtere mis- og desinformation.¹⁵¹ Derfor er det en klar fordel for mediebrugerne i Danmark, at deres vidensniveau generelt er relativt højt og troen på mis- og desinformation ikke særligt udbredt.¹⁵² Det er med til at gøre hele samfundet mere modstandsdygtigt over for mis- og desinformation. Der er dog også tegn på udfordringer. For eksempel er sproglige fejl en typisk indikator for mis- og desinformation, der deles online. I et mindre dansk studie vidste de deltagende elever, at det er vigtigt at være opmærksom på sprogfejl. Men samtidig havde eleverne svært ved at spotte sprogfejl.¹⁵³ Hvor mange denne udfordring gælder for i hele

befolkningen, kan studiet ikke svare på, men resultaterne indikerer i hvert fald, at indsatsen mod de skadelige effekter af mis- og desinformation skal tænkes bredt og vedholdende.

Tillid til medierne spiller også en vigtig rolle. Forskningen peger på, at borgere, der har lav tillid til traditionelle medier, også er dem, der tyer til brug af informationskilder, der spreder mis- og desinformation i samfundet.¹⁵⁴ Borgerne i Danmark har generelt heldigvis høj tillid til traditionelle medier, som kapitel 5 viste.

I Danmark og mange andre lande findes der i dag medier, der har som eksplicit formål at opsnappe og oplyse om mis- og desinformation, såkaldte faktatjekkere.¹⁵⁵ I Danmark er det onlinemediet *TjekDet*.¹⁵⁶ Forskning indikerer, at faktatjek generelt fungerer efter hensigten, da mediebrugere tager det til sig, når forkerte oplysninger bliver korrigeret.¹⁵⁷ Forskningsresultater fra USA indikerer endda, at faktatjek også kan nå borgere, der som udgangspunkt ikke har tillid til faktatjekkere, således at også disse borgere i mindre grad tror på eller deler mis- og desinformation.¹⁵⁸ Forskning fra USA viser desuden, at faktatjek kan have en indirekte effekt ved at påvirke politikere, der bliver kritiseret for at fremsætte forkerte eller misvisende påstande.¹⁵⁹ Men ikke al forskning peger entydigt i samme positive retning,¹⁶⁰ hvilket fortæller os, at der skal andet og mere til end bare faktatjek.

Når det er værd at fremhæve, at faktatjek kan påvirke politikere, er det også, fordi den politiske elite spiller en vigtig rolle i forhold til, hvor resilient et samfund er over for mis- og desinformation. Politikere er også med til at sprede misvisende information. En analyse af data fra Twitter – i dag X – viser, at danske politikere på denne platform ofte ligger lavt, når det gælder kvaliteten af den information, de deler.¹⁶¹

Den gode nyhed er derfor, at både indsatser forud for mødet med mis- og desinformation – som beskrevet af inokulationsteorien – og indsatser efter deling af mis- og desinformation såsom faktatjek kan hjælpe med at mindske de negative effekter af mis- og desinformation. Med disse indsat-

ser kommer imidlertid en stor udfordring: Det at italesætte spredningen af mis- og desinformation kan også bevirke, at mediebrugerne bliver mere skeptiske over for medieindhold, som er troværdigt og retvisende.¹⁶² På den måde kan selv velmenende indsatser ende med at gå de russiske internettrolde og andre humbugmageres ærinde. Forskningen understreger derfor vigtigheden af at fremhæve, hvor mere troværdig og retvisende information kan findes, og at man i formidlingen af faktatjek giver selve mis- og desinformationen så lidt plads som muligt, men fokuserer mest på troværdig og retvisende information.¹⁶³

Kompasset fungerer endnu

Overordnet set kan vi konstatere, at det danske informationsmiljø ikke er gennemsyret af mis- og desinformation. I hvert fald er oplevelsen af at møde mis- og desinformation ikke særligt udbredt i Danmark sammenlignet med andre lande. Det er svært at tale entydigt om kausale forhold, men en række faktorer spiller formentlig en rolle. Befolkningen har generelt et relativt højt vidensniveau, traditionelle medier af høj kvalitet fylder fortsat meget i befolkningens mediebrug, der foregår løbende faktatjek af virale informationer, og politikernes kommunikation synes ikke præget af hyppige angreb på medierne.

Der er dog også grund til bekymring. Der er borgere i samfundet, der er kritiske over for de traditionelle medier, især på højrefløjen, som kapitel 5 viste. Det er også her, vi ser mest brug af alternative digitale medier, hvis informationskvalitet kan være svingende, og det er her, vi ser, at troen på konspirationer er mest udbredt i Danmark.¹⁶⁴ Det hjælper heller ikke borgerne, at forskningsresultater indikerer, at danske politikere på Twitter/X ligger lavt, når det gælder kvaliteten af den delte information. Desuden er det vanskeligt at spå om, hvilken effekt kunstig intelligens vil have. Danske forskningsresultater indikerer, at borgerne ikke er gode til at spotte, hvorvidt billeder er ægte eller skabt af kunstig intelligens.¹⁶⁵

Samtidig viser danske tal, at omtrent en tredjedel af befolkningen er bekymret for fake news. Det indikerer, at mange borgere er opmærksomme på, at man skal være kritisk over for de informationer, man møder online. En vigtig pointe i forskningen om inokulationsteori er, at et vist niveau af oplevet trussel er vigtigt.¹⁶⁶ Det er oplevelsen af, at noget er truet, der motiverer til at være vaks over for de informationer, man møder.

Den aktuelle trussel skal dog ikke overdrives. Risikoen er, at mediebrugerne ender med at være for skeptiske over for al information, uanset om det er mis- eller desinformation eller retvisende information. Den hjemlige debat om borgernes oplysning synes af og til for inspireret af amerikanske forhold. USA's politiske system og informationsmiljø er på mange måder meget anderledes end det, vi kender i Danmark og de fleste andre europæiske demokratier. For eksempel spiller public service-medier ingen større rolle i amerikanernes mediebrug, det politiske system lægger op til konfrontation, og mange ledende politikere i USA synes ikke at have hæmninger og tilpasser og fordrejer fakta, som det forekommer belejligt. Desuden så vi i Danmark under coronapandemien, at omfang og spredning af decideret konspiratorisk indhold var begrænset i den digitale Facebook-sfære.¹⁶⁷

Så længe borgerne i Danmark i høj grad bruger og har tillid til publicistiske kvalitetsmedier, er modtagelige for faktatjek, ikke boltrer sig i konspirationsteorier og ikke i hobetal favoriserer politikere, der har et afslappet forhold til fakta, så længe vil det danske samfund derfor også fortsætte med at have et godt immunforsvar mod mis- og desinformation.

Kapitel 7

Et sundt informationsmiljø

Nyhedsmedier spiller en central rolle for demokratiet. Journalister ser magthavere efter i sømmene, sætter fokus på vigtige samfundsproblemer og informerer borgerne, så de kan tage del i demokratiet og en fælles viljesdannelse på et oplyst grundlag. Det giver nyhedsmedier magt til at påvirke den offentlige dagsorden og definitionsmagt over, hvordan vi taler om samfundets problemer og udfordringer. Og mest af alt har nyhedsmedier strukturel magt, da de fungerer som arena for den offentlige samtale.

Nyhedsmediers rolle og magt i samfundet udfordres imidlertid af en række forandringer i det politiske informationsmiljø gennem de seneste årtier. Den teknologiske udvikling med internettets udbredelse og fremkomsten af sociale platforme har fundamentalt ændret betingelserne for både udbuddet af og efterspørgslen på politiske nyheder og information i samfundet. I denne bog har vi sat fokus på fem centrale udfordringer, som denne forandring potentielt skaber.

De fem udfordringer

For det første kan man i dag ikke længere tage for givet, at der er en journalist til stede, som kan holde øje med magthavere, belyse problemer og oplyse borgerne. Den digitale udvikling har skabt et informationsmiljø, hvor det er blevet sværere at tjene penge på professionel kvalitetsjournalistik, som blev ud-

viklet med omnibusaviserne og public service-medierne. Det gør, at der i dag er en risiko for, at nogle geografiske områder kun dækkes i begrænset omfang, så nyhedsørkener opstår. Det gør også, at der er nogle emner og sager, som det måske ikke kan betale sig at dække. Denne udvikling modgås af mange nye nyhedsudbydere, heriblandt de alternative nyhedsmedier, som kan udnytte, at internettet har gjort det nemmere og billigere at nå et betragteligt publikum. Selv om disse nye nyhedsmedier er med til at øge pluralismen i dækningen, så sker det imidlertid ikke altid ud fra professionelle journalistiske standarder som bl.a. upartiskhed og tilstræbt objektivitet. Resultatet er, at mulighederne for en demokratisk velfungerende viljesdannelse mindskes.

For det andet er det ikke alle borgere, der gider følge med i nyhederne. De fleste borgere bruger nyhedsmedier i et eller andet omfang, men der er også grupper af borgere, som ikke gør. Det gælder især blandt de yngre, de kortuddannede og dem, der har lav tillid til nyhedsmedier eller ikke interesserer sig for politik. De er derimod mere tilbøjelige til at have sociale platforme som deres primære nyhedskilde. Dermed er der en risiko for, at disse grupper ikke informeres om vigtige samfundsforhold og i mindre grad engagerer sig i demokratiet. Der ses også en tendens til, at flere aktivt begrænser deres nyhedsforbrug, bl.a. fordi de synes, at indholdet er for negativt. Det kan ses som et udtryk for, at en forholdsvis stor andel af borgerne har en vis utilfredshed med det nyhedsudbud, der er til rådighed.

For det tredje skaber nutidens informationsmiljø en risiko for, at man kun eksponeres for holdninger, som man er enig i, også kaldet ekkokamre. Denne risiko forstærkes af, at de traditionelle nyhedsmedier i højere grad målretter deres journalistik mod særlige publikumssegmenter, og af fremkomsten af hyperpartiske alternative nyhedsmedier med klare ideologiske profiler. Imidlertid er det dog kun en lille del af befolkningen, der bruger de alternative nyhedsmedier, og de, der gør, bruger også de traditionelle nyhedsmedier. Særligt

public service-medierne er fortsat med til at samle befolkningen på tværs af politiske overbevisninger. Udfordringen med ekkokamre er således begrænset i Danmark, men de kan have store samfundskonsekvenser, f.eks. hvis små ekstreme grupperinger radikaliseres. Når algoritmer på sociale platforme er designet til at give os mere af det indhold, der passer til vores præferencer, øger det risikoen for radikalisering i særlige grupper.

For det fjerde er der en risiko for, at stigende mistillid til nyhedsmedierne er med til at underminere nyhedsmediernes legitimitet og demokratiske rolle. Imidlertid er tilliden til de danske nyhedsmedier fortsat ganske høj sammenlignet med andre lande, og tilliden synes ikke at være faldende. Tilliden er særligt høj til public service-medierne og de store dagblade. Der er dog befolkningsgrupper, som stoler mindre på nyhedsmedierne. Det gælder de yngre, de kortuddannede og dem, der ikke interesserer sig for politik, som også er dem, der bruger nyhedsmedier mindst. Derudover er der en svag tendens til, at borgerne stoler mere på de nyhedsmedier, hvis værdisæt stemmer overens med deres eget politiske ståsted. Særligt borgere på den yderste højrefløj har mindre tillid til nyhedsmedier.

For det femte har udviklingen i informationsmiljøet og særligt fremkomsten af sociale platforme fornyet frykten for, om borgerne kan navigere i mis- og desinformation. Selv om udbredelsen af misinformation er begrænset, er det en bekymring, som borgerne deler. Imidlertid gør tilstedeværelse af stærke publicistiske nyhedsmedier, public service-medier og faktatjekkere også befolkningen i Danmark mere modstandsdygtig over for misinformation og konspirationer sammenlignet med andre lande.

Et sundt politisk informationsmiljø

Indledningsvis beskrev vi, hvordan fundamentet under mange nyhedsmedier brænder. Den hårde konkurrence om mediebrugernes opmærksomhed og en begrænset beta-

lingsvillighed har gjort det sværere at tjene penge på kvalitetsjournalistik. Men på mange måder kan man også sige, at det politiske informationsmiljø i Danmark har det godt. Udbuddet af kvalitetsjournalistik er stadig højt og lettilgængeligt, langt de fleste borgere bruger og har tillid til nyhedsmedierne, og problemerne med ekkokamre samt mis- og desinformation er begrænset.

Den overordnede udfordring er derfor at sikre et politisk informationsmiljø, hvor så mange som muligt, også i fremtiden, følger med i nyhederne og eksponeres for et divers og troværdigt indhold, så de kan tage del i den offentlige samtale på et oplyst grundlag, og så nyhedsmedierne kan holde magthaverne i ørerne og sætte fokus på de problemer og udfordringer, som vi som samfund skal forholde os til. Et sundt politisk informationsmiljø er særligt vigtigt, hvis vi forestiller os alternativet. Uden nyhedsmedierne ville vi ikke vide særligt meget om, hvad der rører sig i verden, ud over de oplevelser, som vi selv og vores bekendte har personlig erfaring med. Den information, som vi derudover ville få, ville sandsynligvis komme fra afsendere med særlige politiske eller kommercielle interesser og uden publicistiske idealer. Vi ville altså langt fra kunne regne med, at disse interesser ville sikre faktuelle og lettilgængelige nyheder – ikke mindst om de sager, som magthaverne helst ville gemme væk.¹⁶⁸

Et fælles ansvar

Hvis vi som samfund skal lykkes med at værne om et sundt informationsmiljø, kræver det en fælles indsats fra nyhedsmedier, politikere, sociale platforme og mediebrugere.

Nyhedsmedierne har et ansvar for at tilbyde kvalitetsjournalistik, og det kan som nyhedsmedie være fristende at fokusere på det indhold, der kan tjenes flest penge på. Det vil resultere i et fokus på de emner og historier, som interesserer den del af befolkningen, som har ressourcerne til at betale for journalistik, eller den type af historier, som får mange klik. Men det er i demokratiets interesse, at nyhedsmedier også

prioriterer det indhold, som måske ikke giver sorte tal på bundlinjen, da det bidrager til, at demokratiet er velfungerende, og sikrer nyhedsmediernes egen rolle i samfundet. Derfor er det et tvivlsomt argument i den danske mediedebat, at DR som public service-medie kan sløjfes, fordi TV 2, der arbejder på kommercielle betingelser, har flere seere. DR skal levere mere indhold, der forventeligt ikke er så populært.

Hvis nyhedsmedierne skal lykkes med deres publicistiske virke, har de brug for hjælp fra politikerne ved at sikre strukturelle rammer, der understøtter dette. I Danmark har vi en lang tradition for at se journalistik som et offentligt gode, som samfundet understøtter gennem direkte og indirekte mediestøtte. Med den seneste mediaaftale for perioden 2023-2026 så vi også, hvordan politikerne med en omlægning af mediestøtten netop forsøger at imødegå problemet med nyhedsørkener og sikre et udbud af professionelt produceret journalistik i lokalområderne ved at flytte støttekroner fra de landsdækkende til de lokale og regionale medier. Det kan dog nogle gange være svært for politikerne at støtte nyhedsmedier, både når journalister og nyhedsmedier begår fejl og ikke lever op til deres ansvar, og når nyhedsmediers kritiske journalistik i sidste ende kan være medvirkende til, at politikerne ikke kan beholde magten. Men et velfungerende og beslutningsdygtigt demokrati kræver, at befolkningen oplyses om væsentlige problemer og udfordringer – også dem, som er ubehagelige for politikerne, og selv om journalisterne og nyhedsmedierne nogle gange begår fejl og ikke lever op til deres ansvar.

Efterhånden som en stor del af befolkningens nyhedsforbrug er flyttet over på sociale platforme, har deres ejere også fået en del af ansvaret for at sikre et sundt informationsmiljø. Det ansvar tager de dog ikke på sig. De amerikanske og kinesiske ejere af de store platforme som Facebook, X eller TikTok er ikke umiddelbart interesserede i at gøre en indsats for vores vestlige demokratier. Tværtimod modarbejder flere af dem aktivt EU's regulering, der har til hensigt at sikre EU-bor-

gerne et mangfoldigt og kvalitativt informationsmiljø. Ud over bekæmpelsen af mis- og desinformation er EU særligt optaget af, hvordan synlighed af indhold kan sikres. Formålet er at sikre, at borgerne rent faktisk har mulighed for at vælge mange forskellige typer af indhold. Det kræver, at borgerne møder indholdet, når de bruger medierne. Derfor skal store streamingtjenester som Netflix støtte europæiske produktioner i EU, hvilket bl.a. kan opnås ved, at streamingtjenester fremhæver bestemt indhold over for brugerne.¹⁶⁹ Også her til lands er f.eks. TV 2-hovedkanalen igennem en aftale med staten forpligtet til at give attraktive sendeminutter til regionale nyheder, der produceres af TV 2-regionerne. På den måde bliver regionale nyheder mere synlige for seerne, og de kan vælge at se de regionale nyheder eller skifte kanal. De sociale platformes udvikling over tid giver ikke anledning til at forvente, at de vil arbejde aktivt for at gøre journalistisk kvalitetsindhold mere prominent på deres platforme eller dele indtægterne ved at distribuere det. Det kalder derfor på politisk handling, hvis vi også i fremtiden ønsker mere synlighed og flere ressourcer til produktionen af nyhedsjournalistik. Derfor har det både i den danske og britiske debat været foreslået, at man fra politisk side bør overveje at forpligte store platforme på at øge synligheden af publicistisk indhold.¹⁷⁰

Mediebrugere, dvs. samfundets borgere, har også et ansvar. De kan bakke op om de politikere, der vil sikre et sundt informationsmiljø med stærke nyhedsmedier. Mediebrugere kan også selv bakke op om kvalitetsjournalistik. Dette kan gøres ved at have abonnement på et nyhedsmedie, som tager professionelle journalistiske standarder om upartiskhed og tilstræbt objektivitet seriøst. Men selv uden at tage pengepungen frem kan man også støtte nyhedsmedier. I nutidens individualiserede informationsmiljø er vores opmærksomhed en central valuta. Mediebrugere kan derfor også støtte nyhedsmedier ved at bruge deres tid hos medier, der leverer et indhold, som klæder dem bedre på til at tage del i demokratiet.

Det gør det nemmere for disse nyhedsmedier at få annoncekroner i kassen.

Sammen kan nyhedsmedier, politikere, sociale platforme og mediebrugere således hjælpe med at løse udfordringerne for et sundt informationsmiljø. Som beskrevet indledningsvis er nyhedsforbrug i dag blevet et ikke-synligt og individualiseret anliggende. Det betyder, at nyhedsforbrug ikke i samme grad som tidligere er en del af det offentlige rum. Når vi kører med offentlig transport, er det ikke længere aviserne, der fylder i togkupéerne og busserne. I stedet sidder passagerne hver især begravet med snuden i deres mobiltelefoner. Når nyhedsforbruget ikke længere er synligt, hverken i det offentlige rum eller inden for hjemmets fire vægge, er der en fare for, at nyheder ikke i samme grad som tidligere anses som noget, man bør følge med i, og heller ikke noget, der er en naturlig del af hverdagen. Forsvinder brugerne, forsvinder nyheder også. Derfor kan vi i fællesskab være med til at synliggøre nyheder og nyhedsforbruget som en vigtig del af et velfungerende demokrati, så vi ikke tager kvalitetsjournalistik for givet.

Litteratur

- Albæk, E. & Green-Pedersen, C. (2020). Nyhedsmediernes rolle i politiske beslutningsprocesser. *Politica*, 52(2), 170-185
- Albæk, E., Hopmann, D.N. & de Vreese, C.H. (2010). *Kunsten at holde balancen. Dækningen af folketingsvalgkampe i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*. Syddansk Universitetsforlag
- Amsalem, E. & Zoizner, A. (2022). Real, but Limited: A Meta-Analytic Assessment of Framing Effects in the Political Domain. *British Journal of Political Science*, 52(1), 221-237
- Analyse og Tal (2023). *Danmarks Digitale Medborgerhuse*. ogtal.dk
- Andersen, K. & Skovsgaard, M. (2021). Findes der nyhedsørkner i den kommunale valgkamp? I: Elklit, J., Hansen, S.W. & Kjær, U. (red.), *KV17: Analyser af kommunalvalget 2017* (s. 163-182). Syddansk Universitetsforlag
- Andersen, K. & Skovsgaard, M. (2024). Vælgernes nyhedsforbrug og -undgåelse. I: Hansen, K.M. & Stubager, R. (red.), *Partiledernes kamp om midten: Folketingsvalget 2022* (s. 473-490). Djøf Forlag
- Andersen, K., Djerf-Pierre, M. & Shehata, A. (2024). The Scary World Syndrome: News Orientations, Negativity Bias, and the Cultivation of Anxiety. *Mass Communication and Society*, 27(3), 502-524
- Andersen, K., Johansson, J., Johansson, B. & Shehata, A. (2022). Maintenance and Reformation of News Repertoires: A Latent Transition Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 99(1), 237-261
- Andersen, K., Ohme, J., Bjarnøe, C., Bordacconi, M.J., Albæk, E. & de Vreese, C. (2021a). *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement. From Baby Boomers to Generation Z*. Routledge
- Andersen, K., van Dalen, A., Hopmann, D.N., Skovsgaard, M. & Albæk, E. (2021b). Tilliden til de danske journalister og nyhedsmedier: i forfald eller ej? *Politica*, 53(3), 125-149
- Andreasson, U. (2017). *Trust - The Nordic Gold*. Nordic Council of Ministers
- Arguedas, A.R., Robertson, C.T., Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2021). *Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: a Literature Review*. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk
- Astrup, P. (2007, 31. marts). Beboer: Jeg vil ikke futte af. *B.T.*, 1. sektion, s. 4
- Bengtsson, M., Hansen, A.S., Hartley, J.M., Kristensen, J.B., Mayerhöffer, E. & Ramsland, T. (2021). *Konspirationsteorier under COVID-19-pandemien i Danmark*. Zenodo
- Binderkrantz, A.S., Pedersen, L.H. & Petersen, M.B. (2025). *Det danske demokratis udfordringer*. Aarhus Universitetsforlag
- Blach-Ørsten, M. & Mayerhöffer, E. (2021). Det politiske informationslandskab i Danmark 2.0. *Politica*, 53(2), 99-124
- Blach-Ørsten, M., Hartley, J.M. & Wittchen, M.B. (2021). Fabrication and Erroneous Information: Exp-

- loring Two Types of News Media Scandals as Critical Incidents in Journalism. *Journalistica*, 15(1), 139-164
- Blach-Ørsten, M., Schrøder, K. & Eberholst, M.K. (2024). *Tv-nyhedsformidling er stadig central i den offentlige debat 20 år efter den første magtudredning*. Essay til Magtudredningen 2.0
- Boldt, M.G. (2023). *Hvordan kan nyhedsmedierne dække klimakrisen?* MFI, Center for Journalistik, Syddansk Universitet
- Borberg, V., Borberg, H.v.Z., Suhr, C. & Vinding, N.V. (2021). *Når medierne sætter dagsordenen*. Djøf Forlag
- Brems, M. (2023). Party-Political and Ideological Partisanship in Danish Alternative Media: How Distinguishing between Types of Partisanship Can Advance Our Understanding of the Political Roles of Alternative Media. *Journalism Studies*, 24(2), 244-269
- Brems, M. (2024a). *Brugen af alternative medier i Danmark*. Essay til Magtudredningen 2.0
- Brems, M. (2024b). Who are the Users of Danish Alternative Media? A Survey Study on the Prevalence of Alternative News Use in Denmark and Profiles of the Users. *Nordicom Review*, 45(1), 81-113
- Brems, M. (2024c). *Alternative News Use in a High-Trust Media and Political Context: The Spread and Use of Alternative Media and their Democratic Implications in the Least Likely Case of Denmark*. Ph.d.-afhandling. Aarhus Universitet
- Bruun, H., Johnson, C., Lassen, J.M., Nucci, A., Raats, T. & Świtkowski, F. (2025). Publishing Public Service Media on Demand: A Comparative Study of Public Service Media Companies' Editorial Practices on their VoD Services in the Age of Platformization. *Journal of Digital Media & Policy*
- Bruun-Hansen, K. (2022, 9. november). *Mercedes og Noor får angst af nyhederne – og de er ikke alene*. [journalisten.dk](https://journalisten.dk/lokaliseret/19.08.2025). Lokaliseret 19.08.2025
- Cavling, O. (1928). *Journalistik. Kortfattet Vejledning i moderne Journalistik*. Gyldendal, Nordisk Forlag
- Center for sociale medier, tech og demokrati. (2025). *Adgang nægtet: Når tech-giganter er dørmænd for forsker adgang til data*. digmin.dk
- Chan, M., Kuznetsov, D., Yi, J., Lee, F. & Chen, H.-T. (2025). Distributed Discovery of News and Perceived Misinformation Exposure: A Cross-Continent Application of the Resilience to Online Disinformation Framework. *The International Journal of Press/Politics*, 30(1), 277-298
- Cinelli, M., Morales, G.D.F., Galeazzi, A., Quattrocioni, W. & Starnini, M. (2021). The Echo Chamber Effect on Social Media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), 1-8
- Citron, D. & Chesney, R. (2019). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. *California Law Review*, 107(6), 1753
- Compton, J. (2024). Inoculation Theory. *Review of Communication*, 25(1), 1-13
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A.B. & Salovaara-Moring, I. (2009). Media

- System, Public Knowledge and Democracy A Comparative Study. *European Journal of Communication*, 24(1), 5-26
- Danmarks Statistik (u.å.). *Kulturvaneundersøgelsen*. dst.dk
- Dansk Oplagskontrol (u.å.). Oplagstal for danske dagblade [Indsamlet og videreformidlet af Aske Kammer, RUC]
- De León, E., Makhortykh, M. & Adam, S. (2024). Hyperpartisan, Alternative, and Conspiracy Media Users: An Anti-Establishment Portrait. *Political Communication*, 41(6), 877-902
- Den Danske Ordbog (2025). *Tillid*. ordnet.dk. Lokaliseret 23.09.2025
- Deuze, M. (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464
- Dinesen, P.T., Slothuus, R. & Stubager, R. (2020). Danish Public Opinion: Stability, Change, and Polarization. I: Christiansen, P.M., Elklit, J. & Nedergaard, P. (red.), *The Oxford Handbook of Danish Politics*. Oxford University Press
- DR (2025, 24. januar). *Medieudviklingen 2024*. dr.dk
- Europa-Kommissionen [u.å.]. *Eurobarometer*. Bruxelles. europa.eu
- Farkas, J. (2024). *Tech-giganternes trussel mod det monitorerende demokrati*. Essay til Magtudredningen 2.0
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press
- Filstrup, S.H., Kristensen, J.B., Lorenzen, M.S, Andersen, K., de Vreese, C., Just, S.N. & Mayerhöffer, E. (2025). *Indeks for det danske digitale demokrati 2024*. Center for sociale medier, tech og demokrati, Digitaliseringsministeriet
- Fisher, C., Flew, T., Park, S., Lee, J.Y. & Dulleck, U. (2020). Improving Trust in News: Audience Solutions. *Journalism Practice*, 15(10), 1497-1515
- Flensburg, S. (2021). Det digitale kommunikationssystem: Internettets politisk-økonomiske udvikling i Danmark 1990-2020. *Samfundsøkonomen*, 2021(1), 60-69
- Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2017). Paying for Online News: A Comparative Analysis of Six Countries. *Digital Journalism*, 5(9), 1173-1191
- Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2019). Generalised Scepticism: How People Navigate News on Social Media. *Information, Communication & Society*, 22(12), 1751-1769
- Fletcher, R., Andi, S., Badrinathan, S., Eddy, K.A., Kalogeropoulos, A., Mont'Alverne, C., ... & Nielsen, R.K. (2025). The Link between Changing News Use and Trust: Longitudinal Analysis of 46 Countries. *Journal of Communication*, 75(1), 1-15
- Fossat, S.B. (2018, 5. maj). *Hvad skulle vi egentlig med TV 2? videnskab*. dk. Lokaliseret 12.05.2025
- Frederiksen, M. (2025). *Statsminister Mette Frederiksens nytårstale den 1. januar 2025*. stm.dk. Lokaliseret 23.09.2025
- Green, J., McCabe, S., Shugars, S., Chwe, H., Horgan, L., Cao, S. & Lazer, D. (2025). Curation Bubbles. *American Political Science Review*, 1-19
- Green-Pedersen, C. & Stubager, R. (2010). Medierne og den politiske dagsorden: En tango med fører? *Politica*, 42(3), 326-344

- Guess, A.M. (2021). (Almost) Everything in Moderation: New Evidence on Americans' Online Media Diets. *American Journal of Political Science*, 65(4), 1007-1022
- Hagen, L.M. (1993). Opportune Witnesses: An Analysis of Balance in the Selection of Sources and Arguments in the Leading German Newspapers' Coverage of the Census Issue. *European Journal of Communication*, 8(3), 317-343
- Hameleers, M. (2024). The State-of-the-Art in Combating Mis- and Disinformation: Lessons from Pre- and Debunking Approaches. I: Frau-Meigs, D. & Corbu, N. (red.), *Disinformation Debunked* (s. 19-36). Routledge
- Hameleers, M., Tulin, M., de Vreese, C., Aalberg, T., Van Aelst, P., Cardenal, A.S., ... & Zoizner, A. (2024). Mistakenly Misinformed or Intentionally Deceived? Mis- and Disinformation Perceptions on the Russian War in Ukraine among Citizens in 19 Countries. *European Journal of Political Research*, 63(4), 1642-1654
- Hanitzsch, T., van Dalen, A. & Steindl, N. (2018). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23
- Hansen, K.R. & Blom, J. (2023). "Journalister må jo heller ikke lyve, det lærte vi selv i dansk": Om elevens kritiske læsning af falske nyheder på sociale medier. *Viden om Literacy*, 34, 58-67
- Hartley, J.M., Petre, C., Bengtsson, M. & Kammer, A. (2023). Autonomies and Dependencies: Shifting Configurations of Power in the Platformization of News. *Digital Journalism*, 11(8), 1375-1390
- Hjarvard, S. (1995). *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*. Medieudvalget, Statens Information
- Hjarvard, S. (2007). Den politiske presse. En analyse af danske avisers politiske orientering. *Journalistica*, 5(2007), 27-53
- Hjarvard, S. (2016). Medialisering af politik og samfund. I: Olesen, T. (red.), *Medier, politik og samfund* (s. 35-60). Hans Reitzels Forlag
- Hjarvard, S., Kristensen, N.N. & Ørsten, M. (2004). *Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003*. Modinet, Center for medier og demokrati i netværkssamfundet
- Hjorth, F.G. & Adler-Nissen, R. (2021). Påvirker mediedækning af fake news borgeres modtagelighed for misinformation og korrektioner? *Politica*, 53(3), 150-167
- Holt, K., Figenschou, T.U. & Frischlich, L. (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism*, 7(7), 860-869
- Hopmann, D.N., Shehata, A. & Strömback, J. (2015). Contagious Media Effects: How Media Use and Exposure to Game-Framed News Influence Media Trust. *Mass Communication and Society*, 18(6), 776-798.
- Hopmann, D.N. & Rønne, K. (2025, 4. marts). *Medieaktør og professor: Vi må regulere de digitale platforme for at sikre et mangfoldigt udbud af indhold*. altinget.dk. Lokaliseret 15.08.2025.
- Hopmann, D.N., Petersen, M.B. & Mik-Meyer, N. (2025). *Magt i et forandret Danmark*. Aarhus Universitetsforlag

- Hove, M.F., Adler-Nissen, R., Bechmann, A., de Vreese, C.H., Hjort, F. & Golovchenko, Y. (2024). *Tech-giganter og demokrati: Kunstig intelligens, misinformation og digitale platforme*. DDC, DATALAB & SODAS
- Humprecht, E., Amsler, M., Esser, F. & Van Aelst, P. (2024). Emotionalized Social Media Environments: How Alternative News Media and Populist Actors Drive Angry Reactions. *Political Communication*, 41(4), 559-587
- Humprecht, E., Esser, F. & Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493-516
- Hänggli, R. (2012). Key Factors in Frame Building: How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 300-317
- Iyengar, S., Curran, J., Lund, A.B., Salovaara-Moring, I., Hahn, K.S. & Coen, S. (2010). Cross-National versus Individual-Level Differences in Political Information: A Media Systems Perspective. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties*, 20(3), 291-309
- Jacobsen, A.V., Hummelose, A.S. & Erenbjerg, A. (2024). *It-anvendelse i befolkningen 2024*. Danmarks Statistik
- Jensen, K.B. (2001). *Dansk Mediehistorie. Bind 2: 1880-1960*. Samfundslitteratur
- Jyllands-Posten (2023, 1. juni). *Om Jyllands-Posten*. jyllands-posten.dk.
- Kalogeropoulos, A., Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2019). News Brand Attribution in Distributed Environments: Do People Know where They get their News? *New Media & Society*, 21(3), 583-601
- Kalsnes, B., Falasca, K. & Kammer, A. (2021). Scandinavian Political Journalism in a Time of Fake News and Disinformation. I: Skogerbo, E., Ihlen, Ø., Kristensen, N.N. & Nord, L. (red.), *Power, Communication, and Politics in the Nordic Countries* (s. 283-304). Nordicom
- Kammer, A. & Blach-Ørsten, M. (2025). *Nyhedsmediernes innovationsstøtte 2014-2023*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet
- Kammer, A., Asmussen, I.S., Brænder, M. & Skytte, R. (2024). *Danskeres adgang til digitalt nyheds- og aktualitetsindhold*. Kulturministeriet
- Klapper, J.T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. The Free Press of Glencoe, Illinois
- Klawier, T. (2024). How Many People Use Alternative Media in Germany and How Can We Measure It? *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 4(2024), 1-36
- Koliska, M. (2022). Trust and Journalistic Transparency Online. *Journalism Studies*, 23(12), 1488-1509
- Kristensen, J.B., Henriksen, F.M. & Mayerhöffer, E. (2023). Did COVID-19 Blur Partisan Boundaries? A Comparison of Partisan Affinity and Source Heterophily in Online Alternative News-Sharing Networks Before and During the COVID-19 Pandemic. *Social Media + Society*, 9(3), 1-25
- Kulturministeriet (2022, 2. marts).

- Mediestøtte til digitale og trykte medier. kum.dk
- Lecheler, S. & de Vreese, C.H. (2018). *News Framing Effects*. Routledge
- Lorenzen, M., de Vreese, C.H. & van Dalen, A. (2023). *Digital Democracy Centre undersøger: Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder og deres syn på fake news og disinformation*. Syddansk Universitet
- Lund, A.B. (2004). Mediernes magt - og magten over medierne. *Politica*, 36(4), 393-405
- Lund, A.B. (2013). *Mangfoldighed i dansk dagspresse: et publicistisk serviceeftersyn*. Center for Civi-
silsamfundsstudier, CBS
- Mancini, P. (2023). Features of the Digital Era: Deinstitutionalization and Reinstitutionalization. I: Salgado, S. & Papathanassopoulos, S. (red.), *Streamlining Political Communication Concepts* (s. 13-22). Springer
- Martel, C. & Rand, D.G. (2024). Fact-Checker Warning Labels are Effective even for Those who Distrust Fact-Checkers. *Nature Human Behaviour*, 8(10), 1957-1967
- Marwick, A., Clancy, B. & Furl, K. (2022). *Far-Right Online Radicalization: A Review of the Literature*. The Bulletin of Technology & Public Life
- Mayerhöffer, E. (2021). How do Danish Right-Wing Alternative Media Position Themselves Against the Mainstream? Advancing the Study of Alternative Media Structure and Content. *Journalism Studies*, 22(2), 119-136
- Mayerhöffer, E. & Heft, A. (2021). Between Journalistic and Movement Logic: Disentangling Referencing Practices of Right-Wing Alternative Online News Media. *Digital Journalism*, 10(8), 1409-1430
- Mayerhöffer, E., Henriksen, F.M. & Kristensen, J.B. (2024a). *Digitale modoffentligheder på sociale medier*. Essay til Magtudredningen 2.0
- Mayerhöffer, E., Henriksen, F.M. & Kristensen, J.B. (2024b, 23. oktober). *Facebookgrupper er blevet dømmænd for den offentlige debat*. politiken.dk
- Mayerhöffer, E., Kristensen, J.B. & Ramsland, T. (2024c). Curators of Digital Counterpublics: Mapping Alternative News Environments in Sweden and Denmark. *Nordicom Review*, 45(S1), 92-119
- McGuire, W.J. (1964). Some Contemporary Approaches. I: Berkowitz, L. (red.), *Advances in Experimental Social Psychology* (bind 1, s. 191-229). Academic Press
- Mehlsen, C. (2025). *Hvordan er nyhedsinflucere en magtfaktor?* Informations Forlag.
- Molyneux, L. & Coddington, M. (2019). Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, 14(4), 429-446
- Mønsted, B. & Lehmann, S. (2022). Characterizing Polarization in Online Vaccine Discourse - A Large-Scale Study. *PloS one*, 17(2)
- Nechushtai, E. (2018). From Liberal to Polarized Liberal? Contemporary U.S. News in Hallin and Mancini's Typology of News Systems. *The International Journal of Press/Politics*, 23(2), 183-201
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson,

- C.T., Arguedas, A.R. & Nielsen, R.K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024*. reuter-sinstitute.politics.ox.ac.uk
- Newton, K. (2019). It's Not the Media, Stupid. *The Political Quarterly*, 90(3), 543-552
- Nguyen, C.T. (2020). Echo Chambers and Epistemic Bubbles. *Episteme*, 17(2), 141-161
- Nielsen, R.K. (2017). The One Thing Journalism Just Might do for Democracy. *Journalism Studies*, 18(10), 1251-1262
- Nielsen, R.K. (2020). *Hvad skal vi med nyhederne?* Informations Forlag
- Nyhan, B. & Reifler, J. (2015). The Effect of Fact-Checking on Elites: A Field Experiment on U.S. State Legislators. *American Journal of Political Science*, 59(3), 628-640
- Ofcom (2025). *Transmission Critical: The Future of Public Service Media*. Ofcom.
- Osmundsen, M. & Petersen, M.B. (2019). Danskernes tro på politiske konspirationsteorier: Om sammenhængen mellem politisk ideologi og konspirationsteorier i Danmark. *Økonomi og Politik*, 2019(3), 41-60
- Osmundsen, M., Bor, A., Vahlstrup, P.B., Bechmann, A. & Petersen, M.B. (2021). Partisan Polarization Is the Primary Psychological Motivation behind Political Fake News Sharing on Twitter. *American Political Science Review*, 115(3), 999-1015
- Palmer, R., Toff, B. & Nielsen, R.K. (2023). Examining Assumptions Around How News Avoidance Gets Defined: The Importance of Overall News Consumption, Intention, and Structural Inequalities. *Journalism Studies*, 24(6), 697-714
- Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin Books
- Pennycook, G. & Rand, D.G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402
- Phillips, L. & Schrøder, K. (2004). *Sådan taler medier og borgere om politik: En diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund*. Aarhus Universitetsforlag
- Pomerantsev, P. (2015). Authoritarianism Goes Global (II): The Kremlin's Information War. *Journal of Democracy*, 26(4), 40-50
- Radius Kommunikation (2023). *Troværdighedsanalysen 2023*. København
- Rubin, V.L. (2022). *Misinformation and Disinformation: Detecting Fakes with the Eye and AI*. Springer
- Rønlev, R. & Bengtsson, M. (2022). The Media Provocateur: A Rhetorical Framework for Studying an Emerging Persona in Journalism. *Journalism*, 23(6), 1233-1249
- Scharkow, M., Mangold, F., Stier, S. & Breuer, J. (2020). How Social Network Sites and other Online Intermediaries Increase Exposure to News. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(6), 2761-2763
- Schrøder, K.C., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M.K. (2025). *Betalingsvillighed for nyhedsmedier: De markedsmæssige implikationer af samspillet mellem nationale public service-nyhedsmedier og private medier*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet

- Schrøder, K., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M.K. (2023). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2023*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet
- Schrøder, K., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M.K. (2024). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2024*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet
- Schrøder, K., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M.K. (2025). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2025*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet
- Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need and Unlovable Press*. Polity Press
- Schultz, I. (2007). Fra partipresse over omnibuspresse til segmentpresse. *Journalistica*, 5, 5-26
- Shehata, A. (2016). News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use – Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society*, 19(6), 758-781
- Sivertsen, M.F. (2023). Stratified Public Connections – Beyond the Taste for News? *Journalism Studies*, 1-21
- Skovsgaard, M. & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459-476
- Steppat, D., Castro, L. & Esser, F. (2021). What News Users Perceive as 'Alternative Media' Varies between Countries: How Media Fragmentation and Polarization Matter. *Digital Journalism*, 11(5), 741-761
- Strömbäck, J. (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and their Normative Implications for Journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345
- Strömbäck, J. (2010). Democracy and the Media: A Social Construct Dissolved? I: Dosenrode, S. (red.), *Freedom of the Press. On Censorship, Self-Censorship, and Press Ethics* (s. 173-191). Nomos
- Stubager, R. (2024). *Borgernes politiske tillid: Hvad er det, hvor kommer den fra - og hvor meget er der brug for?* Essay til Magtudredningen 2.0
- Suiter, J. & Fletcher, R. (2020). Polarization and Partisanship: Key Drivers of Distrust in Media Old and New? *European Journal of Communication*, 35(5), 484-501
- Sundar, S.S., Snyder, E.C., Liao, M., Yin, J., Wang, J. & Chi, G. (2025). Sharing without Clicking on News in Social Media. *Nature Human Behaviour*, 9(1), 156-168
- Svendsen, G.T. (2012). *Tillid*. Aarhus Universitetsforlag
- Søllinge, J.D. (1999). Historien om den politiske journalistik. Et drama i flere akter uden slutning. I: Carlsen, E.M., Kjær, P. & Pedersen, O.K. (red.), *Magt og fortælling. Hvad er politisk journalistik?* Forlaget Ajour
- Theocharis, Y., Cardenal, A., Jin, S., Aalberg, T., Hopmann, D.N., Strömbäck, J., ... & Štětka, V. (2021). Does the Platform Matter? Social Media and COVID-19 Conspiracy Theory Beliefs in 17 Countries. *New Media & Society*, 25(12), 3412-3437
- Thomsen, M., Steinitz, S., Sivertsen, M.F. & Just, S.N. (2025). The Digital Community Centers of the 21st Century? A Mixed-Methods

- Study of Facebook Groups as
Fora for Connective Democracy.
Social Media and Society, 11(1),
1-13
- Togeby, L., Andersen, J.G., Jørgensen,
T.B. & Vallgård, S. (2003). *Magt
og demokrati i Danmark. Hoved-
resultater fra Magtudredningen*.
Aarhus Universitetsforlag
- Tulin, M., van Erkel, P., Hameleers,
M., de Vreese, C., Corbu, N., Ge-
hle, L., ... & Strömbäck, J. (2025).
*Can Short Fact-Check Messages
Reduce False Beliefs about the
Russian War in Ukraine? Compa-
rative Survey Evidence from 19
Democracies*. Arbejdspapir
- Törnberg, P. & Chueri, J. (2025). When
Do Parties Lie? Misinformation
and Radical-Right Populism
Across 26 Countries. *The Inter-
national Journal of Press/Politics*,
1-20
- Vallone, R.P., Ross, L. & Lepper, M.R.
(1985). The Hostile Media Phen-
omenon: Biased Perception and
Perceptions of Media Bias in
Coverage of the Beirut Massacre.
*Journal of Personality and Social
Psychology*, 49(3), 577-585
- Van Aelst, P. & Walgrave, S. (2017).
*How Political Actors Use the
Media*. Springer International
Publishing
- Van Duyn, E. & Collier, J. (2019).
Priming and Fake News: The
Effects of Elite Discourse on
Evaluations of News Media. *Mass
Communication and Society*,
22(1), 29-48
- van Erkel, P.F.A., Van Aelst, P., de
Vreese, C.H., Hopmann, D.N.,
Matthes, J., Stanyer, J. & Corbu,
N. (2024). When are Fact-Checks
Effective? An Experimental Stu-
dy on the Inclusion of the Misin-
formation Source and the Source
of Fact-Checks in 16 European
Countries. *Mass Communication
and Society*, 27(5), 851-876
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R.L. &
Morag, Y. (2020). Fact-Checking:
A Meta-Analysis of What Works
and for Whom. *Political Commu-
nication*, 37(3), 350-375
- Wessler, H. (2018). *Habermas and the
Media*. Wiley
- Wichgers, L., Jacobs, L. & van Spanje,
J. (2021). The Battle of Frame
Building: The Reciprocal Relati-
onship between Journalists and
Frame Sponsors. *The Interna-
tional Journal of Press/Politics*,
26(3), 674-698
- Zaller, J. (2003). A New Standard of
News Quality: Burglar Alarms for
the Monitorial Citizen. *Political
Communication*, 20(2), 109-130
- Zilinsky, J., Theocharis, Y., Pradel, F.,
Tulin, M., de Vreese, C., Aalberg,
T., ... & Zoizner, A. (2024). Justi-
fying an Invasion: When Is Dis-
information Successful? *Political
Communication*, 41(6), 965-986
- Østerby, A.C. (2021). *Det sander til.
Sådan undgår vi nyhedsrørkener
i Danmark*. Center for Journali-
stik, Syddansk Universitet

Noter

- 1 Astrup 2007: 4
- 2 Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021
- 3 Strömbäck 2010
- 4 Schudson 2008
- 5 Hjarvard 1995
- 6 Nielsen 2020
- 7 Zaller 2003
- 8 Binderkrantz et al. 2025
- 9 Strömbäck 2005
- 10 Lund 2004
- 11 Nielsen 2017
- 12 Andersen et al. 2021a
- 13 Van Aelst & Walgrave 2017
- 14 Albæk et al. 2010
- 15 Andersen et al. 2024
- 16 Amsalem & Zoizner 2022; Newton 2019
- 17 Dinesen et al. 2020
- 18 Hopmann et al. 2025
- 19 Borberg et al. 2021
- 20 Green-Pedersen & Stubager 2010
- 21 Lecheler & de Vreese 2018
- 22 Hänggli 2012; Wichgers et al. 2021
- 23 Albæk & Green-Pedersen 2020
- 24 Togeby et al. 2003
- 25 Hjarvard 2016
- 26 DR 2025
- 27 Østerby 2021
- 28 Søllinge 1999
- 29 Jensen 2001
- 30 Schultz 2007
- 31 Cavling 1928
- 32 Jyllands-Posten 2023
- 33 Søllinge 1999
- 34 Deuze 2005
- 35 Hjarvard 2007
- 36 Hjarvard et al. 2004
- 37 Fossat 2018
- 38 Flensburg 2021
- 39 Kammer et al. 2024
- 40 Østerby 2021
- 41 Boldt 2023
- 42 Nielsen 2020
- 43 Molyneux & Coddington 2019
- 44 Hartley et al. 2023
- 45 Kulturministeriet 2022
- 46 Holt et al. 2019; Mayerhöffer 2021
- 47 Mayerhöffer & Heft 2021
- 48 Bruun-Hansen 2022
- 49 Curran et al. 2009; Iyengar et al. 2010
- 50 Shehata 2016
- 51 Danmarks Statistik u.å.
- 52 Andersen & Skovsgaard 2021; Andersen & Skovsgaard 2024
- 53 Blach-Ørsten et al. 2024
- 54 Bruun et al. 2025
- 55 DR 2025
- 56 Brems 2024a
- 57 Brems 2024b
- 58 Klawier 2024; Steppat et al. 2021
- 59 Brems 2024b
- 60 Schrøder et al. 2024; Kammer & Blach-Ørsten 2025
- 61 Schrøder et al. 2024
- 62 Filstrup et al. 2025
- 63 Schrøder et al. 2025
- 64 Andersen & Skovsgaard 2021; Andersen & Skovsgaard 2024
- 65 Jacobsen et al. 2024
- 66 Schrøder et al. 2024
- 67 Lorenzen et al. 2023
- 68 Andersen et al. 2021a
- 69 Kalogeropoulos et al. 2019
- 70 Palmer et al. 2023
- 71 Andersen & Skovsgaard 2024
- 72 Schrøder et al. 2025
- 73 Andersen & Skovsgaard 2024
- 74 Skovsgaard & Andersen 2020
- 75 Andersen & Skovsgaard 2024
- 76 Nechushtai 2018
- 77 Schultz 2007
- 78 Rønlev & Bengtsson 2022

79	Blach-Ørsten & Mayerhöffer 2021; Brems 2023; Mayerhöffer 2021	120	Hopmann et al. 2025; Mancini 2023
80	Holt et al. 2019	121	Figuren har tidligere været udgivet i Andersen et al. 2021b, men er her opdateret for de seneste år.
81	De León et al. 2024	122	Newman et al. 2024
82	Cinelli et al. 2021	123	Fletcher & Nielsen 2017
83	Festinger 1957; Klapper 1960	124	Sivertsen 2023
84	Pariser 2012	125	Sivertsen 2023
85	Mønsted & Lehmann 2022	126	Fletcher & Nielsen 2019
86	Kristensen et al. 2023	127	Kalogeropoulos et al. 2019
87	Schultz 2007	128	Hopmann et al. 2015
88	Hjarvard 2007	129	Fisher et al. 2020; Koliska 2022
89	Lund 2013	130	McGuire 1964
90	Scharkow et al. 2020	131	Compton 2024
91	Schröder et al. 2023	132	Phillips & Schröder 2004
92	Arguedas et al. 2021	133	Compton 2024
93	Guess 2021	134	Theocharis et al. 2021
94	Marwick et al. 2022	135	Kalsnes et al. 2021: 287; Rubin 2022: 14
95	Mayerhöffer & Heft 2021	136	Kalsnes et al. 2021: 290-291
96	Hagen 1993	137	Kalsnes et al. 2021: 284
97	Green et al. 2025	138	Processen beskrives mere detaljeret i en tidligere bog i Magtudredningen 2.0's bogserie (Hopmann et al. 2025).
98	Nguyen 2020	139	Farkas 2024
99	Mayerhöffer et al. 2024c	140	Kalogeropoulos et al. 2019
100	Humprecht et al. 2024	141	Mayerhöffer et al. 2024a; Mayerhöffer et al. 2024c
101	Mayerhöffer et al. 2024b	142	Mehlsen 2025
102	Wessler 2018	143	Pennycook & Rand 2021; Sundar et al. 2025
103	Analyse og Tal 2023; Thomsen et al. 2025	144	Osmundsen et al. 2021
104	Andersen et al. 2022; Brems 2024c	145	Pomerantsev 2015
105	Frederiksen 2025	146	Center for sociale medier, tech og demokrati 2025
106	Andersen et al. 2021b	147	Filstrup et al. 2025
107	Newman et al. 2024	148	Chan et al. 2025; Hameleers et al. 2024
108	Den Danske Ordbog 2025	149	Citron & Chesney 2019; Van Duyn & Collier 2019
109	Stubager 2024	150	Humprecht et al. 2020
110	Svendsen 2012	151	Humprecht et al. 2020: 500
111	Andreasson 2017		
112	Andersen et al. 2021b		
113	Hanitzsch et al. 2018; Fletcher et al. 2025		
114	Suiter & Fletcher 2020		
115	Vallone et al. 1985		
116	Suiter & Fletcher 2020		
117	Andersen et al. 2021b		
118	Blach-Ørsten et al. 2021		
119	Andersen et al. 2021b		

- 152 Curran et al. 2009; Theocharis
et al. 2021; Zilinsky et al. 2024
- 153 Hansen & Blom 2023
- 154 Humprecht et al. 2020: 499
- 155 Kalsnes et al. 2021: 292-293
- 156 En af forfatterne til denne bog,
David Nicolas Hopmann, er i
skrivende stund bestyrelsesmed-
lem af TjekDet.
- 157 Hjorth & Adler-Nissen 2021; van
Erkel et al. 2024; Walter et al.
2020
- 158 Martel & Rand 2024
- 159 Nyhan & Reifler 2015
- 160 Tulin et al. 2025; Walter et al.
2020
- 161 Törnberg & Chueri 2025
- 162 Hameleers 2024
- 163 Hameleers 2024
- 164 Osmundsen & Petersen 2019
- 165 Hove et al. 2024
- 166 Compton 2024
- 167 Bengtsson et al. 2021
- 168 Nielsen 2020
- 169 Art. 13 i AVMS-direktivet.
- 170 Hopmann & Rønde 2025; Ofcom
2025

Nyhedsmedierne har traditionelt været de primære kilder til politisk information og de centrale arenaer for debat. Men med udbredelsen af internettet og sociale platforme som f.eks. Facebook, X, Instagram og TikTok har det politiske informationsmiljø ændret sig markant. Borgerne har i dag adgang til et langt større medieudbud end tidligere, og personlige præferencer og algoritmer påvirker i høj grad deres forbrug af nyheder.

Nyheder, mediebrug og magt undersøger fem centrale udfordringer i lyset af den digitale udvikling. Har borgerne adgang til kvalitetsjournalistik? Følger de med i nyhederne? Bliver deres holdninger udfordret? Har de tillid til nyhedsmedierne? Og kan de navigere i strømmen af mis- og desinformation? Bogen viser, at der er grund til bekymring, og understreger vigtigheden af, at vi fremover sikrer et velfungerende politisk informationsmiljø.

Aarhus Universitetsforlag

