

Essay

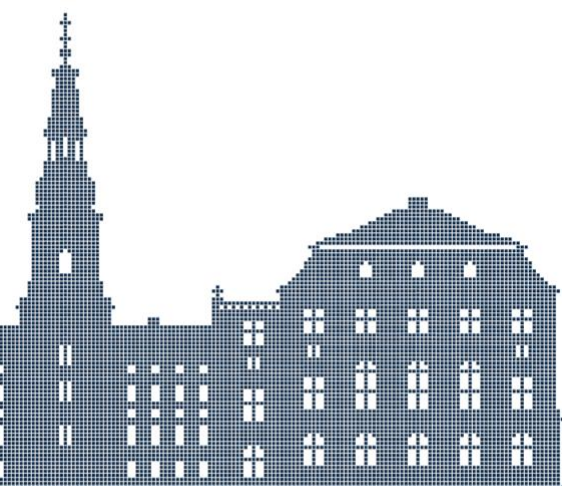
Danske nyhedsmedier og deres publikum: Muligheder og udfordringer

Af Kim Andersen, Lektor,
Center for Journalistik, SDU

David Hopmann, Professor,
Center for Journalistik, SDU

Eva Mayerhöffer, Lektor,
Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, RUC

Morten Skovsgaard, Professor MSO,
Center for Journalistik, SDU



Magtudredningen 2.0



Vores nyhedsforbrug spiller en central rolle i demokratiet. Det meste, vi ved om politik udover vores egne og bekendtes personlige erfaringer, lærer vi gennem nyhedsmedierne. Dermed giver nyhedsmedierne os den information, der danner grundlag for vores opfattelse af verden og deltagelse i demokratiet, og de giver os en fælles referenceramme og tilhørsforhold – f.eks. ideologisk eller geografisk (Nielsen, 2020). Nyhedsmediernes valg af fokus og vinkler er derfor afgørende for vores opfattelser af og deltagelse i samfundet.

Hvis vi vil forstå den rolle og magt, som nyhedsmedierne har i demokratiet, må vi derfor se på udbuddet og forbruget af dem: hvilke nyhedsmedier er til rådighed, og hvordan bruger vi dem? Disse spørgsmål kan imidlertid ikke forstås ud fra et øjebliksbillede. Det mediemiljø, der omgiver nyhedsmedierne, er – og har været – i konstant forandring, og denne strukturelle udvikling er afgørende for at forstå nyhedsforbrugets dynamikker og de udfordringer, som nyhedsmedierne og demokratiet står overfor i dag, herunder risikoen for ekkokamre og nyhedsundgåelse.

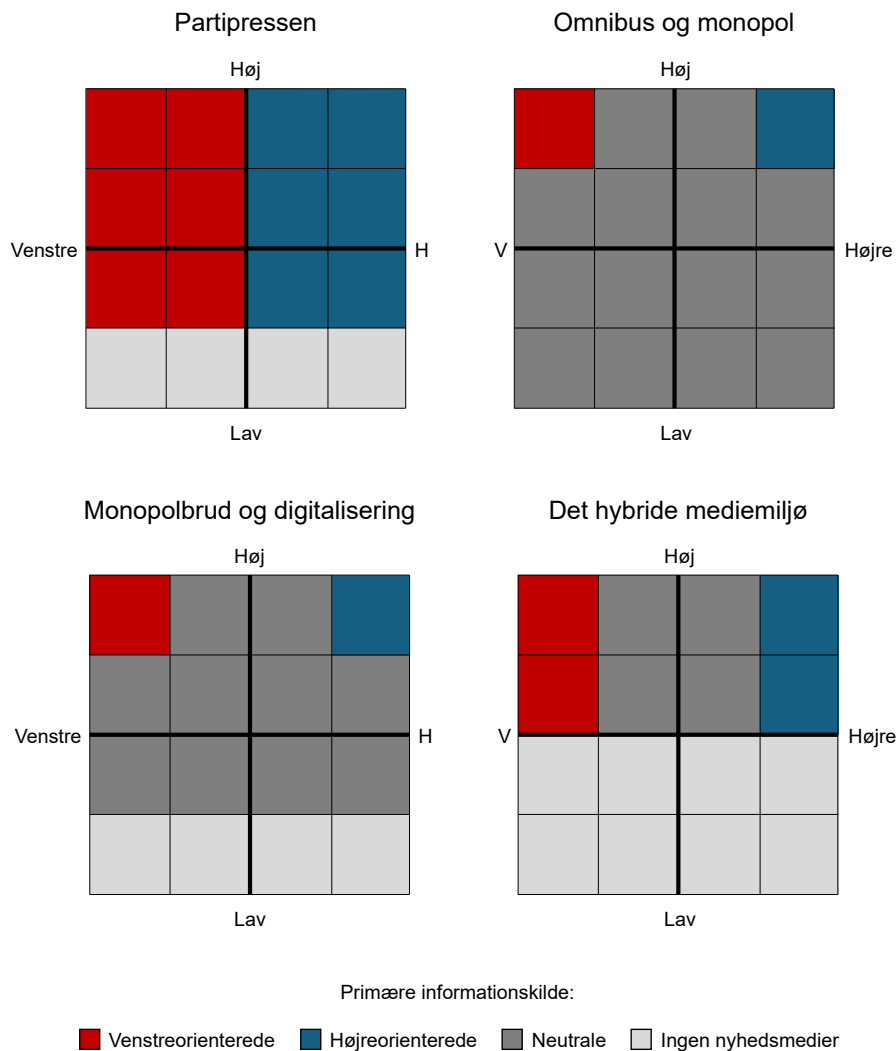
Selektiv eksponering og mulighedsstrukturer

Særligt i de seneste årtier har den teknologiske udvikling givet os langt flere medier og mere indhold end tidligere. Det betyder, at nyhedsmedierne har fået selskab af en række nye aktører, såsom sociale medieplatforme og alternative nyhedsmedier. Derfor konkurrerer nyhedsmedier og deres indhold i langt højere grad end tidligere med andre medier og andet indhold, herunder alverdens underholdning, om vores opmærksomhed.

En væsentlig forandring er dermed, at vores nyhedsforbrug i vid udstrækning er blevet et spørgsmål om til- og fravalg. En tendens, der i forskningen kaldes *sektiv eksponering* (Skovsgaard et al., 2016). Disse til- og fravalg kan ske på baggrund af mange forskellige indholdspræferencer, men i forhold til de demokratiske konsekvenser er to særligt interessante: politisk ideologi og interesse. For at forstå betydningen af disse præferencer, må vi se på, hvordan mediemiljøet gennem tiden har givet forskellige *mulighedsstrukturer* for, at disse indholdspræferencer kunne påvirke nyhedsforbruget.

Figur 1 er en illustration af den forventede primære informationskilde for befolkningsgrupper med forskellige kombinationer af politisk ideologi og interesse opdelt efter fire centrale perioder i mediemiljøet: partipressen, omnibus og monopol, monopolbrud og digitalisering samt nutidens hybride mediemiljø. Illustrationen anskueliggør, hvordan mulighedsstrukturerne i de enkelte perioder sætter rammerne for, hvor sandsynligt det er, at de forskellige grupper hovedsageligt får deres nyheder fra henholdsvis venstreorienterede, højreorienterede, neutrale eller ingen nyhedsmedier. Med venstre- og højreorienterede henviser vi til eksplicit partiske nyhedsmedier, og med neutrale henviser vi til tilstræbt objektive nyhedsmedier, såsom public service-udbydere og private publicistiske nyhedsmedier. Den præcise afgrænsning mellem perioderne og kategoriseringen af den primære informationskilde for de enkelte grupper kan selvfølgelig diskuteres, men illustrationen giver et overblik over nogle af de vigtigste tendenser og forandringer i mediemiljøet. Hvad ved vi om udbuddet og forbruget af danske nyhedsmedier i disse perioder?

Figur 1. Selektiv eksponering pba. politisk ideologi og interesse



Partipressen

Landets ældste nuværende avis, Berlingske (Tidende), udkom første gang i 1749 under enevælden. I samme periode udkom også andre mindre publikationer, men det var dog først med indførelsen af grundloven og ytringsfriheden i 1849, opfindelsen af rotationspressen samt bedre læsefærdigheder hos befolkningen, at aviserne for alvor blev et massemedie (Søllinge & Thomsen, 1989).

I den efterfølgende tid var det danske mediemiljø domineret af partipressen (Thomsen, 1965). I det såkaldte firbladssystem blev de fire partier – Venstre, Højre (Konservative), Socialdemokratiet og fra 1905 Det Radikale Venstre – støttet af hver deres aviser rundt om i landet. I 1901 var der intet mindre end 137 selvstændige dagblade og en husstandsdækning på 81 procent (Søllinge, 1999).

Vigtigt er dog, at disse aviser var meget korte (typisk fire sider). I praksis kunne de fleste vælge mellem et par få aviser, der dækkede og var let tilgængelige i deres geografiske område. Vælgerne var loyale og læste partiets avis, mens dem med meget lav interesse havde et begrænset nyhedsforbrug. Som illustreret øverst til venstre i figur 1 var det således mest sandsynligt, at man fik information, der stemte overens med sine politiske overbevisninger, hvis man ønskede at følge med.

Omnibus og monopol

I starten af 1900-tallet skete der et skifte i den journalistiske selvforståelse, og faget blev gradvist professionaliseret. Selvom det partipolitiske præg forblev stærkt (Thomsen, 1965), løsrev aviserne sig i stigende grad fra partierne og fokuserede i stedet på at levere nyheder, der appellerede bredere – også kendt som omnibuspressen (Søllinge, 1999). Inspirationen kom fra USA, og idealet om den objektive journalistik sikrede, at man kunne nå et større publikum, uden at støde nogen fra sig på baggrund af politiske holdninger, og dermed sikre flere annoncekroner. Interviews og reportager opstod som nye formater, og stofområdet blev bredere. Samtidig sikrede nye trykpresser, at indholdet fik flere sider at brede sig på.

I 1925 fik aviserne selskab af radioen, da Statsradiofonien begyndte at sende. Året efter blev Pressens Radioavis lanceret, og i 1940 havde 80 procent af de danske husstande radio (Lønsmann & Hjarvard, 2023). I starten af 1950'erne kunne danskerne også tænde for tv'et, og i 1959 skiftede Statsradiofonien navn til Danmarks Radio (DR). Det var dog først i 1965, at TV-Avisen blev sendt for første gang (Hjarvard, 1999). På det tidspunkt havde cirka halvdelen af de danske hjem tv, men i starten af 1980'erne var det over 90 procent (Søllinge, 1999). Som public service-medie var DR forpligtiget på at sende alsidigt og upartisk indhold.

Den nye konkurrence fra radio og tv samt stigende produktionsomkostninger førte til, at mange aviser måtte lukke. Antallet af aviser toppede i 1919 med 159 selvstændige dagblade, men allerede i 1938 var det faldet til 122. Denne "bladdød" tog særligt fart i 1960'erne, og i 1970 var der 62 aviser tilbage (Søllinge, 1999). Samtidig begyndte nyhedsmedierne i nogen grad at differentiere sig, og formiddagsaviserne Ekstra Bladet og B.T. vandt frem.

I årtierne frem mod tv-monopolbruddet i 1988 var mediemiljøet således domineret af DR's radio- og tv-virksomhed samt de tilbageværende aviser. Mange abonnerede på mere end én avis, og husstandsdekningen kom derfor i perioden over 100 procent (Søllinge, 1999). Samtidig var der kun én tv-kanal, medmindre man havde held med at fange det tyske eller svenske signal, og TV-Avisen havde derfor tårnhøje seertal. Mange fik således nyheder, selvom de ikke var synderligt interesserede i dem. Der var intet andet tv-indhold at vælge, hvis man ville se fjernsyn, og man skulle aktivt rejse sig fra sofaen og slukke, hvis man ville undgå at se nyheder som en del af aftenrutinen. Det betød, at der var en høj grad af det, som i forskningen kaldes *tilfældig eksponering*.

Denne periode er illustreret øverst til højre i figur 1. Den store udbredelse af aviser, radio og tv gjorde, at stort set samtlige danskere fik nyheder – langt de fleste af neutral karakter fra public service-medier og en journalistik branche, der havde omfavnet idealet om tilstræbt objektiv journalistik. De fleste aviser tog dog stadig udgangspunkt i et bestemt politisk værdisæt (Sølling & Thomsen, 1991).

Monopolbrud og digitalisering

Da DR's monopol blev brudt, og TV 2 begyndte at sende i 1988, varslede det en ny tid for de danske tv-brugere. Publikum havde nu muligheden for at skifte kanal, hvis de ikke syntes om det program, der blev sendt. I starten af 1990'erne kom flere kanaler til. I forhold til nyhedsforbruget betød det, at folk ikke længere var tvunget til at se tv-nyheder, hvis det ikke passede til deres præferencer. Samtidig blev nyhedsformidlingen mere differentieret, og

aktualitetsprogrammer som Go' Morgen Danmark og Aftenshowet, med en blanding af nyheder og populærkultur, blev lanceret (Hjarvard, 1999).

I slut-1990'erne vandt internettet frem i Danmark og revolutionerede på mange måder mediernes distribution af nyheder. I 1996 begyndte Jyllands-Posten som det første nyhedsmedie at udgive nyheder på deres hjemmeside, men de andre nyhedsmedier fulgte hurtigt efter. I første omgang lagde de danske nyhedsmedier indhold frit tilgængeligt online. Adgangen til internettet var dog begrænset og forbindelsen ofte langsom.

Nyheder kunne man også få kvit og frit hos de nye trafikomdelte gratisaviser, som i starten af det nye årtusinde fyldte meget, inden de forsvandt igen (Søllinge, 2013). Tilsammen med det øgede antal af tv-kanaler og internettets fremvækst betød det, at konkurrencen steg, og mange af de gamle aviser endnu engang blev presset økonomisk. I forsøget på at differentiere sig fik de tilbageværende dagblade en skarpere profil, også kendt som segmentpressen (Schultz, 2007).

Perioden med monopolbrud og digitalisering er illustreret nederst til venstre i figur 1. Med væksten i tv-kanaler og internettets indtog var det blevet lettere for publikum at finde andet indhold, hvis de ikke interesserede sig for nyheder. Trods den øgede segmentering var hovedparten af nyhedsjournalistikkens stadig tilstræbt objektiv, og kun få steder kunne publikum få politisk farvede nyheder.

Nutidens hybride mediemiljø

I slutningen af 2000'erne sker det næste markante skifte, da både sociale medieplatforme og smartphones kom til Danmark. Gradvist blev disse medier og platforme mere dominerede for mediemiljøet, og i dag har langt de fleste altid deres smartphone inden for rækkevidde. I nutidens hybride mediemiljø (Chadwick, 2017), hvor traditionelle og nye, sociale medier mødes, har det således aldrig været nemmere at få adgang til nyheder – og alt mulig andet medieindhold.

Om end antallet af regionale og lokale medier faldet, hvilket har øget risikoen for nyhedsørkner (Østerby, 2021), så er udbuddet af traditionelle nyhedsmedier, som aviser, radio og tv, bredt. Nyhedsmedierne udkommer både i deres oprindelige formater samt online, og de sociale medieplatforme er blevet centrale for distributionen. Derudover er nye formater, såsom podcasts og streamingtjenester, dukket op og spiller en voksende rolle i nyhedsformidlingen – og medieforbruget mere generelt. TV og aviser anvendes særligt blandt de ældre befolkningsgrupper, mens unge befolkningsgrupper i højere grad får nyheder fra online nyhedssider samt sociale medier (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2023).

Samtidig har internettet sænket omkostninger ved at starte nye medier, og de senere år er flere nye og alternative nyhedsmedier vokset frem (Blach-Ørsten & Mayerhöffer, 2021). Det gælder både hyperpartiske nyhedsmedier, der har en klar politisk profil (f.eks. Den Korte Avis, Indblik og Solidaritet), og antisystemiske nyhedsmedier, der forholder sig grundlæggende kritisk til eliten og det politiske system (f.eks. NewSpeek og dkdox.tv). Men vi ser også nye innoverende nyhedsmedier, der gør op med den traditionelle tilgang til nyhedsformidling (f.eks. Zetland, Verdens Bedste Nyheder og Frihedsbrevet).

Denne periode er illustreret nederst i højre hjørne i figur 1. Folk med lav interesse har aldrig haft nemmere ved at finde andet medieindhold end nyheder. De interesserede kan enten vælge at holde sig informeret gennem tilstræbt objektive nyhedsmedier eller anvende nyhedsmedier i overensstemmelse med deres politiske overbevisninger. Disse dynamikker forstærkes af algoritmer, der er designet til at give os mere af det indhold, som vi interagerer med. Algoritmerne spiller derfor en vigtig rolle for, hvilken information vi eksponeres for – særligt på sociale medieplatforme, men også hos nyhedsmedierne selv, der i stigende grad forsøger at personalisere publikums brugeroplevelser.

De demokratiske udfordringer

Udviklingen i mediemiljøet betyder, at selektiv eksponering er mere udbredt i dag end tidligere. Vi er gået fra et mediemiljø, hvor udvalget var begrænset – i første omgang under partipressen og derefter med omnibuspressen samt radio- og tv-monopol – til et mediemiljø, hvor vi har flere valgmuligheder end nogensinde før. Denne udvikling begyndte med monopolbruddet, efterfulgt af internettets udbredelse og senere de sociale medieplatforme. Vores indholdspræferencer betyder derfor mere for vores nyhedsforbrug end tidligere.

Vi har dermed bevæget os fra et mediemiljø, hvor nyhedsmedierne kontrollerede, hvilken information vi kunne få, til et mediemiljø, hvor vi selv – hjulpet på vej af algoritmer, hvis funktionsmåder er hemmelige – kan vælge lige den type af indhold, som passer bedst til vores præferencer. På sociale medieplatforme spiller nye typer af nyhedskuratorer, såsom politiske influencere eller Facebookgrupper, dog også en tiltagende vigtig rolle i at sortere i nyhedsstrømmen, særligt når det gælder partisk og alternativt indhold (Mayerhöffer et al., 2024).

I forhold til ideologisk selektiv eksponering betyder det, at befolkningen i dag med få klik kan blive bekræftet i deres verdenssyn hos forskellige alternative nyhedsmedier. Eksisterende forskning peger imidlertid på, at brugerne af alternative nyhedsmedier, som i øvrigt er meget interesseret i politik og nyheder, også bruger de traditionelle nyhedsmedier (Brems, 2024). Forskningen sætter derfor spørgsmålstegn ved eksistensen af de ellers ofte diskuterede og frygtede ekkokamre, hvor nogle grupper af befolkningen udelukkende får information fra et begrænset antal partiske nyhedsmedier (Fletcher & Nielsen, 2017).

Udviklingen i forhold til selektiv eksponering baseret på interesse er mere foruroligende. Nutidens mediemiljø tilbyder en overflod af underholdningsindhold, og mange med lav interesse for politik og samfundsstof vil derfor være mindre tilbøjelige til at opsøge eller blot blive tilfældigt eksponeret for nyheder. Selvom nyhedsforbruget stadig er højt, er der store forskelle på tværs af generationer. Både i forhold til hvorfra vi får vores nyheder, men også i forhold til hvor meget vi følger med. Særligt de helt unge har et lavere nyhedsforbrug og bliver

hovedsageligt opdateret gennem sociale medieplatforme (Andersen et al., 2021). Tilmed synes en voksende andel af befolkning direkte at fravælge nyheder, blandt andet fordi de synes, nyhederne er for negative og overvældende, eller fordi de ikke stoler på nyhedsmediernes dækning (Andersen & Skovsgaard, 2024).

Det store spørgsmål er derfor, hvordan vi som samfund kan sikre de bedste forhold for en oplyst befolkning i et mediemiljø, hvor det aldrig har været nemmere at finde lige det indhold, der passer til ens præferencer. Udviklingen aktualiserer dermed debatten om en aktiv mediepolitik, der kan afbøde de markedsfejl, der risikerer at opstå. Her har public service-medier og mediestøtte til private nyhedsmedier traditionelt spillet en central rolle i at sikre de bedste mulighedsstrukturer for et 'sundt' nyhedsforbrug. Men i nutidens hybride mediemiljø bør det også overvejes, hvordan sociale medieplatforme kan stilles ansvarlige for at prioritere nyheder i et feed, der ellers ofte drukner i underholdning. Kun på den måde kan vi sikre en velinformeret befolkning – og dermed et stærkt demokrati – i en tid, hvor medieforbruget bliver mere og mere individualiseret.

Litteratur

- Andersen, K., Ohme, J., Bjarnøe, C., Bordacconi, M. J., Albæk, E. & de Vreese, C. (2021). *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement. From Baby Boomers to Generation Z*. Routledge.
- Andersen, K. & Skovsgaard, M. (2024). Vælgernes nyhedsforbrug og -undgåelse. I *Partiledernes kamp om midten. Folketingsvalget 2022*. København: Djøf Forlag.
- Blach-Ørsten, M. & Mayerhöffer, E. (2021). Det politiske informationslandskab i Danmark 2.0. *Politica*, 53(2), 99–124.
- Brems, M. (2024). *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*. PhD dissertation, Department of Media and Journalism Studies, Aarhus University.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2017). Are News Audiences Increasingly Fragmented? A Cross-National Comparative Analysis of Cross-Platform News Audience Fragmentation and Duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476–498.
- Hjarvard, S. (1999). *TV-nyheder i konkurrence*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Lønsmann, L. & Hjarvard, S. (2023). DR. Den Store Danske på lex.dk.
- Mayerhöffer, E., Kristensen, J.B., & Ramsland, T. (2024): Curators of Digital Counterpublics. Mapping Alternative News Environments in Denmark and Sweden. *Nordicom Review*, 45(S1), 92-119.
- Nielsen, R. K. (2020). *Hvad skal vi med nyhederne?* Informations Forlag.
- Schultz, I. (2007). Fra Partipresse over Omnibuspresse til Segmentpresse. *Journalistica*, 2(5), 5–26.
- Skovsgaard, M., Shehata, A., & Strömbäck, J. (2016). Opportunity Structures for Selective Exposure: Investigating Selective Exposure and Learning in Swedish Election

Campaigns Using Panel Survey Data. *The International Journal of Press/Politics*, 21(4), 527–546.

Søllinge, J. D. (1999). Historien om den politiske journalistik. – Et drama i flere akter uden slutning. I *Magt og fortælling. Hvad er politisk journalistik?* (Red. E. M. Carlsen, P. Kjær og O. K. Pedersen). Århus: Forlaget Ajour.

Thomsen, N. (1965). *Partipressen. En undersøgelse af danske dagblades politiske bindinger*. Institut for Presseforskning og Samtidshistorie.

Schrøder, K. Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M. K. (2023). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2023*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet.

Søllinge, J. D. (2013). Gratisaviser. Den Store Danske på lex.dk.

Søllinge, J. D. & Thomsen, N. (1989). *De danske aviser. Bind 2: 1848-1917*. Odense: Odense Universitetsforlag.

Søllinge, J. D. & Thomsen, N. (1991). *De danske aviser. Bind 3: 1918-1911*. Odense: Odense Universitetsforlag.

Østerby, A. C. (2021). *Det sander til. Sådan undgår vi nyhedsørkener i Danmark*. Center for Journalistik, Syddansk Universitet.

Magtudredningen 2.0: Essay-serien

En central del af Magtudredningen 2.0 er en bred inddragelse af forskere, hvis forskning kredser om et eller flere af magtudredningens temaer. Som led i projektet blev der i foråret 2024 afholdt 15 forskerworkshops, hvor oplægsholdere efterfølgende blev inviteret til at omarbejde deres oplæg til et essay. Essay-serien er forfatterens perspektiver på centrale tematikker for en dansk magtudredning og har forfatterne som afsender.

Dette essays er en del af tema 13 i Magtudredningen 2.0's forskningsplan: Hvilken betydning har 'public service'-medier og traditionelle medier såsom dagblade for den offentlige debat i det 21. århundrede

I et moderne demokrati udgør medierne et centralt forbindelsesled mellem beslutningstagere og borgerne. Dette tema undersøger de ændrede rammevilkår for nyhedsproduktionen og deres betydning for indholdet blandt traditionelle publicistiske medier såsom 'public service'-medier og dagblade. Temaet fokuserer eksempelvis på den digitale konkurrences effekt (inklusive fra nye alternative medier) på mediernes forretningsmodeller, mediernes indhold og medieforbrug, herunder blandt unge, væksten af politiske kommentatorer og deres rolle i den offentlige samtale, og hvilke konsekvenser en eventuel politisering af fakta og ekspertviden har for publicistisk praksis.