

Tv-nyhedsformidling er stadig central i den offentlige debat 20 år efter den første magtudredning

Magtudredningen 2.0 Essay

Blach-Ørsten, Mark; Schrøder, Kim; Eberholst, Mads Kæmsgaard

Publication date:
2024

Citation for published version (APA):

Blach-Ørsten, M., Schrøder, K., & Eberholst, M. K. (2024). Tv-nyhedsformidling er stadig central i den offentlige debat 20 år efter den første magtudredning: Magtudredningen 2.0 Essay. Aarhus Universitet.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact rucforsk@kb.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Essay

Tv-nyhedsformidling er stadig central i den offentlige debat 20 år efter den første magtudredning

Af Mark Blach-Ørsten, professor
Roskilde Universitet

Kim Schrøder, professor
Roskilde Universitet

Mads Kæmsgaard Eberholst, studielektor,
Roskilde Universitet

Magtudredningen 2.0



Den første magtudredning fremhævede specielt nyhedsformidlingen på tv's rolle som medskaber af den offentlige dagsorden. Det var begyndelsen af 00'erne. I februar 2004 blev Facebook lanceret i Danmark. Siden har debatten om de sociale medier i høj grad skygget for samtale og fokus på de traditionelle nyhedsmedier, skønt de traditionelle nyhedsmedier har vist sig mere modstandsdygtige og populære end først antaget (Deacon, Smith, & Wring, 2024).

Projektet 'Danskernes brug af nyhedsmedier' har fulgt medieudviklingen i Danmark siden 2012 som en del af den internationale analyse 'Reuters Digital Media Report', der er søsat fra Oxford Universitet. Dette projekt blev netop skabt for at kunne følge udviklingen af det digitaliserede mediebrug løbende. Vigtige spørgsmål, der har været i fokus gennem alle årene, har således været: De sociale mediers rolle i befolkningens nyhedsbrug, udviklingen i brugen og villigheden til at betale for traditionelle nyhedsmedier samt publikums mulige fragmentering, især i forhold til alder, og publikums mulige politiske polarisering i forhold til mediebrug.

Sat lidt på spidsen har frygten været, at de unge mediebrugere alene ville få deres information fra sociale medier (fragmentering), mens resten af mediebrugere i stigende grad kun ville få deres information fra medier, som de delte politisk observans med (politisk polarisering). Med blikket rette stift mod USA, var frygten at disse tendenser ville lede også Danmark i retning af et mere politisk splittet samfund, hvor den fælles samtale ville være truet af mistillid og misinformation.

Sådan er det ikke gået.

Ser vi samlet på vores data fra dengang til nu, er der flere ting, som der har udviklet sig anderledes end det frygtede scenarie (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2024; Schrøder Blach-Ørsten & Eberholst, 2023).

- De sociale medier bruges stadig hyppigt af danskerne, især Facebook. Men brugen af sociale medier til at finde nyheder er dalende.
- De yngre danskernes nyhedsforbrug adskiller fra andre aldersgrupper, men langt fra i samme omfang, som man havde frygtet. Unges mediebrug har så

bestemt et fokus på sociale medier, men de tilgår også i høj grad traditionelle nyhedsmedier. Og mest overraskende er vel nok, at unge danskers betalingsvillighed for private nyheder over tid er steget til det danske gennemsnit på 19 procent.

- Skønt flere private danske nyhedsmedier har politiske grundholdninger, der kan placeres på en højre/venstre skala, så er brugen af samme nyhedsmedier ikke politisk polariseret. Det vil sige, at danskerne fra alle sider af det politiske spektrum i høj grad bruger, og har tillid til, både offentlige public service-nyhedsmedier og private nyhedsmedier.

Godt tyve år efter den første magtudredning kan vi således konstatere, at nyhedsformidlingen på tv stadig spiller en central rolle i det danske såvel som det europæiske medielandskab. Internationale analyser har endda løbende dokumenteret, at public service-nyhedsmedier nyder en høj grad af tillid fra deres brugere (Newman et al., 2023). Derudover har andre internationale analyser kædet public service-nyhedsmedier sammen med velfungerende demokratier og en højere grad af viden i befolkningen (Curran et al., 2009; Neff & Picard, 2021).

I Danmark udgøres public service-medierne i dag af DR, TV 2 og TV 2's regioner samt Radio 4. Undersøgelser viser, at tilliden til netop public service-nyhedsmedier er den højeste blandt alle danske nyhedsmedier. Tal fra rapporten 'Danskernes brug af nyhedsmedier 2023' (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2023), viser således, at 83 pct. af danskerne har tillid til DR, mens 79 pct. har tillid til TV 2. Analysen viser også, at brugen af nyhedsmedier offline domineres af DR, TV 2, TV 2 News, TV 2's regionale nyheder og DR P4.

Samtidig svarer danskerne også, at public service-medierne spiller en vigtig rolle både for samfundet og for nyhedsbrugerne selv. Således svarer 74 pct. af danskerne, at public service-nyhedsmedier er vigtige for samfundet, mens 69 pct. af danskerne svarer, at public service er vigtigt for dem personligt. Blandt de nordiske lande er det kun i Finland, at vigtigheden af public service-medier bedømmes højere end i Danmark (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2023).

Det er muligt at gå mere i dybden med danskernes brug af nyhedsmedier ved at beskrives deres såkaldte nyhedsrepertoier. Et 'medierepertoire' er resultatet af den proces, hvorigennem mediebrugere "vælger mellem forskellige medieplatforme og indholdsleverandører mange gange i løbet af en dag og derigennem opbygger stabile mediebrugsmønstre bestående af regelmæssigt anvendte medieformer" (Wolf & Schnauber, 2015). Samlet set fremgår der fire forskellige måder at bruge nyheder på, når man anskuer danskernes nyhedsforbrug med disse briller (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2023).

Repertoire 1: Den minimale nyhedsbruger

De danskere, der tilhører dette repertoire, møder nyheder mere eller mindre tilfældigt. De bruger nyheder relativt sjældent – kun 55% bruger nyheder flere gange om dagen og kun 30% af dem siger, at de interesserer sig 'særdeles meget' eller 'meget' for nyheder. Deres foretrukne nyhedsmedietyper er onlinenyhedsmedier (61%) og nyheder fra sociale medier (28%). De foretrækker her nyheder fra dr.dk (27%), tv2.dk (24%), og ekstra-bladet.dk (23%). De har en overvejende ung aldersprofil: 44% af disse brugere er mellem 18 og 34 år og en relativt set lav andel fra aldersgruppen 55+. Deres uddannelse ligger på mellemniveauet. De adskiller sig ikke, hvad angår køn og politisk orientering. Kun 48% af disse brugere har generelt tillid til nyhedsmediernes – det laveste niveau i analysen – selv om kun 15% udtrykker direkte mistillid. Kun 54% (det laveste) opfatter public servicemedierne som personligt vigtige, mens lidt flere opfatter disse medier som vigtige for samfundet (65%). 13% af dem betaler for onlinenyheder. Dette repertoire omfatter 34 pct. af danskerne.

Repertoire 2: Den ivrige nyhedsbruger

Næsten alle medlemmerne af Repertoire 2 (95%) bruger nyheder flere gange dagligt, og 69% af dem er 'særdeles interesserede' eller 'meget interesserede' i nyheder. De benytter en bred vifte af nyhedsbrands, som de tilgår online (45%) eller på TV (44%) i lige stort omfang. De bruger begge public service-kanaler både på traditionelle platforme, f.eks. TV2 Nyhederne 61%, og på nettet tv2.dk 55%, med DR-platformene i lidt lavere omfang. Ekstra Bladet (46%) og BT (44%) tilgås online, og suppleres med Regionalt TV (30%), DR P4 (26%), og Lokal ugeavis (22%). Demografisk set udgør aldersgruppen 55+ hele 63% af repertoirets medlemmer, der har en

overrepræsentation af mænd (59%), og uddannelsesmæssigt ligger på mellem- eller højt niveau. De skiller sig ikke ud, hvad angår politisk ståsted. Deres værdsættelse af public servicemedier ligger højest blandt repertoirene, både personligt (86%) og for samfundet (88%), og de udtrykker den højeste tillid til nyhedsmedierne (69%). 26% betaler for onlinenyheder. De udgør 26 pct. af danskerne.

Repertoire 3: TV-nyhedsbrugeren

Repertoire 3's nyhedsbrug er markant orienteret imod traditionelle TV-nyheder på flow-tv (TV2 Nyhederne 47%, DR TV-avisen 43%, TV2 News 31%), og en noget mindre opslutning om public servicekanalernes online nyheder (tv2.dk 23%, dr.dk 17%). Ligesom ved Repertoire 2 udgør aldersgruppen 55+ 63% af repertoirets medlemmer, hvoraf – modsat Repertoire 2 – de fleste er kvinder (62%). Medlemmerne uddannelsesniveau er lavt til mellem. Deres tillid til nyhedsmedierne generelt er relativt høj (62%) og de værdsætter public servicemediernes rolle både for sig selv personligt (77%) og for samfundet (78%). Deres vilje til at betale for nyheder er den laveste blandt repertoirene (7%). De udgør 26 pct. af danskerne.

Repertoire 4: Den alsidige nyhedsbruger

Medlemmerne af Repertoire 4 er højfrekvente nyhedsbrugere, hvor 76% tjekker nyheder flere gange om dagen, uden at komme helt op på Repertoire 2's hyppighed. Nyhedsinteressen (65%) er også høj, og de har et alsidigt brug af forskellige nyhedsplatforme (Onlinenyheder 40%; TV-nyheder 20%), herunder en – relativt set – betydelig brug af trykte aviser (22%). Med hensyn til nyhedsbrands ligger nyheder fra public service-kanalerne højest: online (dr.dk 43%; tv2.dk 29%) og som flow-tv (DR TV-avisen 34%; TV2 Nyhederne 21%; TV2 News 21%). Lige efter kommer – som det eneste repertoire med to cifrede procenttal – onlinenyheder fra de store avishuse (politiken.dk 21%; berlingske.dk 19%; jyllandsposten 15%), fra de landsdækkende nicheaviser (borsen.dk 10%; information.dk 8%; weekendavisen.dk 7%), og den intellektuelle radiokanal DR P1. Også disse avisers trykte udgaver har en vis udbredelse i Repertoire 4 (Politiken 16%; Berlingske 14%; Jyllands-Posten 12%; Weekendavisen 11%; Information 7%). Repertoire 4 er mandsdomineret (62%), og aldersmæssigt er andelen af 55+ betydelig (44%), men også med et betragteligt islæt af gruppen 18-34 år (32%). Uddannelsesniveaulet er det højeste blandt de fire repertoierer (62% højtuddannede).

60% har tillid til nyhedsmedierne generelt, og tre fjerdedele anser public servicemedierne for at være vigtigt for dem personligt (72%) og for samfundet (78%). Hele 48% betaler for nyheder. De udgør 14 pct. af danskerne.

Alt i alt fortæller repertoireanalysen, at danskerne sammensætter deres nyhedsrepertoire på flere forskellige måder, og at mange typer af danske nyhedsmedier indgår i danskernes mediedicæt. Det fremgår også, at der er ganske stor forskel på danskernes forskellige mediedicæter. Og i dette mediebrug spiller public service-nyhedsmedierne en særlig rolle, da disse medier indgår i de fleste danskernes, ellers ret diverse, nyhedsbrug. Faktisk er public service-nyhedsmedierne så fremtrædende i danskernes nyhedsforbrug, at de kan betegnes som 'nøglemidler' (Nielsen, 2015) blandt de danske nyhedsmedier. Det vil sige nyhedsmedier, der spiller en særlig afgørende og fremtrædende rolle i et mediasystem.

Betydning af public service-nyhedsmedier som nøglemidler, som denne analyse fremhæver, synes på mange måder at spejles i de seneste politiske aftaler. Den seneste politiske medieaftale i Danmark, der gælder for årene 2023 til 2026, slår således fast, at det danske medie- system skal holde fast i stærke offentlige og private nyhedsmedierⁱ. Den nye europæiske mediefrihedslov slår desuden fast, at "finansieringen af public service-medier skal være tilstrækkelig og stabil, og der skal sikres gennemsigthed i måden hvorpå bestyrelser udpeges."ⁱⁱ

At historien om nyhedsmedierne blev anderledes end man forestillede sig, da de sociale medier gjorde deres indtog, betyder ikke, at det danske medielandskab, og dermed den offentlige samtale, ikke står over udfordringer. For det første kan det være vigtigt at fokusere videre studier på den nye europæiske mediefrihedslov, der også indeholder et stort fokus på medieejerskab, som stort set er ikke eksisterende i den danske debat og forskning, skønt det andre steder udgør et kernespørgsmål i forhold til magt og medier (Willig & Blach-Ørsten, 2022). Og i det hele taget bør det mediepolitiske område underkastes meget mere forskningsopmærksomhed end er tilfældet hidtil.

Skønt de sociale medier ikke har overtaget de traditionelle nyhedsmediers rolle som nyhedsformidlere, påvirker dog de traditionelle nyhedsmedier på en lang række områder, herunder økonomisk, men også i forhold til hastighed. De sociale mediers hastige deling af nyheder presser de traditionelle nyhedsmedier og deres etiske retningslinjer, når de traditionelle nyhedsmedier enten løber ukritisk med historier fra Facebook, eller prøver at matche de sociale medier på hurtighed.

Endelig, skønt de danske mediebrugere endnu i høj grad tilgår nyhedsmedier på tværs af deres politiske overbevisning, bør fokus rettes mod de nye digitale nyhedsmedier, der erklærer sig for enten venstre- eller højreorienterede, og udviklingen i de traditionelle private medier, hvor online-aviser også i højere grad forsøger at positionere sig i forhold til politisk overbevisning.

.

Litteratur

- Curran, J., Iyengar, S., Brink Lund, A., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study. *European journal of communication*, 24(1), 5-26.
- Deacon, D., Smith, D., & Wring, D. (2024). Why mainstream news media still matter. *Media, Culture & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/01634437241228765>
- Neff, T., & Pickard, V. (2021). Funding democracy: Public media and democratic health in 33 countries. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612211060255.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C.T., Eddy, K., & Nielsen, R.K. (2023). Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute. University of Oxford.
- Nielsen, R. K. (2015). Local newspapers as keystone media: The increased importance of diminished newspapers for local political information. *Local Journalism: the decline of newspapers and the rise of digital media*, 51-72.
- Schrøder, K., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M.K. (2023) Danskernes brug af nyhedsmedier. Center for nyhedsforskning. Roskilde Universitet.
- Schrøder, K. C., Blach-Ørsten, M., & Eberholst, M. K. (2024). Nordic media welfare states from a comparative perspective: Unpacking audience fragmentation and polarization. I P. Jakobsson, J. Lindell, & F. Stiernstedt (red.), *The Future of the Nordic Media Model: A Digital Media Welfare State?*(s. 25-52). Nordicom. <https://doi.org/10.48335/9789188855893-1>
- Willig, I., & Blach-Ørsten, M. (2022). Magtudredninger og medier: Den nye magtudredning. *Økonomi og Politik*, 95(3-4), 76-87.
- Wolf, C. & Schnauber, A. (2015). "News consumption in the mobile era. The role of mobile devices and traditional journalism's content within the user's information repertoire." *Digital Journalism*, 3 (5), s. 759-776.

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 forfatternes 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.

ⁱ <https://kum.dk/kulturomraader/medier/medieaftaler>

ⁱⁱ <https://kum.dk/aktuelt/nyheder/ny-europaeisk-mediefrihedslov-er-vedtaget>