

Bidrag til ny mediestøttepolitik: Flere medier skal have adgang til produktionsstøtte

Produktionsstøtten bør fremover fokusere på indhold og ikke på form. Støtten skal sikre kvalitetsjournalistik kommer bredere ud til den danske befolkning, så kvalitetsjournalistikken er på de platforme, befolkningen bruger. Nichemedier og nye journalistiske formater bør understøttes - ikke begrænses.

Grakom anbefaler en modernisering af produktionsstøtten og har seks konkrete forslag:

Forslag 1: *Kravet om bredt indhold for at kunne modtage produktionsstøtte bør lempes. Fremover bør medier få støtte til det indhold, som enten omhandler politisk, samfundsrelaterede eller kulturelle temaer og kun indhold, som omhandler dette.*

Dette vil fremme indhold omhandlende politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer. Eftersom støtten gives direkte til selve indholdet og ikke mediet, vil magasiner og nichemedier også kunne få del i støtten. De vil dermed have incitament til at udgive denne type indhold. Det vil sikre, at indhold omhandlende politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer vil komme ud til en bredere del af befolkningen. Samtidig vil det fjerne den nuværende støtte til livsstil, bolig, sladder, Side 9-piger osv.

Støtten kan fx gives som en andel af mediets lønsum brugt på indhold indenfor de tre temaer. I produktionsstøtten benyttes allerede lønsum i dag. Selve den administrative byrde af ændringen vil ikke være stor, idet medier berettiget til produktionsstøtte allerede har oplysningerne. Mediet skal nemlig leve op til, at mediets redaktionelle stof primært behandler politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer. Allerede nu skal medier, der modtager produktionsstøtte, kunne opdele lønsummen i redaktionelle og ikke-redaktionelle medarbejdere. Man kan eventuelt gøre det til et krav, at indberetningen revisorpåtegnes.

Forslag 2: *Lemp krav til aktuelt nyhedsstof.*

Der er et behov for at lempe kravet til aktualitet. Det nuværende nyhedsbillede med flere, kortere og hurtigere nyheder med mindre perspektivering medfører et større behov for oplysninger om sammenhængene i samfundet og i politik. Der er ikke kun brug for nyheder i medierne. Der er brug for baggrund, analyse og fordybelse, så medieforbrugerne får indsigt og ikke kun hurtige nyheder. Derfor skal kravet til aktualitet lempes.

Forslag 3: Lemp kravet til minimum 50 pct. journalistisk indhold.

Ved at lempe 50 pct.-kravet om redaktionelt indhold kan betalingsmedier tiltrække nye typer af læsere med en lavere betalingsvillighed eller alternativt oprette gratis medier af høj journalistisk kvalitet uden betaling. Det vil brede kvalitetsjournalistik ud til en større del af befolkningen og bidrage til at fortrænge junkmedier og fake news.

Forslag 4: Lemp kravet til internetbaserede nyhedsmedier om at de primært skal bestå af tekstindhold.

Ved at give medierne mulighed for at benytte sig af flere formater kan de udvikle sig og tiltrække de yngre læsere, som oftest bruger sociale medier som nyhedsplatform. Dermed vil medierne være med til at fortrænge fake news og sikre, at kvalitetsjournalistikken kommer bredere ud.

Forslag 5: Lemp kravet til tre redaktionelle årsværk for at modtage produktionsstøtte.

Kravet om tre redaktionelle årsværk bør lempes, så små lokalaviser og nichemedier ikke ophører, men i stedet bidrager til et alsidigt mediebillede. Der bør i stedet være krav om, at mediet er underlagt pressenævnet og godkendt til uddannelse af journalister.

Forslag 6: Afskaf reglen om foreningers ejerskab i produktionsstøtten.

Ejerskabet af et medie ikke noget at gøre med den journalistiske kvalitet af et medie. Støtte af medier bør gives på baggrund af indhold og kvalitet og ikke ejerskab. At et medie er helt eller delvist ejet af en forening er et helt irrelevant og usagligt kriterie for om et medie kan modtage produktionsstøtte. Ejerskabskriteriet bør derfor helt afskaffes.

Internetmediernes fremmarch udviser forskelle på medier

Mediebilledet ændrer sig hastigt. Historisk har trykte aviser været måden danskerne holdt sig orienteret om politik, samfundet og kultur. I dag har danskerne langt bedre muligheder for at holde sig orienteret. Internetmedier blomstrer frem og giver et rigere medieudbud, men også nye udfordringer.

Internetmedier har ikke ligesom trykte medier store faste omkostninger til tryk og distribution. Det betyder, at en markant større andel af udgifterne til at drive et medie kan gå til journalistisk indhold. Det har givet grobund for nichemedier med højt specialiseret journalistik. Fremkomsten af nichemedier betyder, at en dansker har fået mulighed for at sammensætte sin egen personlige "avis", hvor selvstændige medier specialiseret i fx politik, samfundsforhold, kultur, sport udgør de enkelte sektioner.

Digitaliseringen har også betydet, at traditionelle forskelle mellem aviser og magasiner er blevet udvisket. På internetmedier udkommer artikler løbende i takt med de skrives. Forskellen på udgivelsesfrekvensen mellem magasiner og aviser er forsvundet, hvilket betyder, at digitale magasiner er blevet nyhedsbårne ligesom aviser.

Nyhederne kommer hurtigere

Med fremkomsten af internetmedierne kom der endnu større fokus på nyheder, og på nettet udkommer nyhederne hele tiden. Når internetmedier skal stå stærkt i konkurrencen, skal de være blandt de første med nyhederne. Artikler skrevet til internetmedier er ofte kortere, er mere nyhedsfokuserede og har mindre perspektivering.

Mindre perspektivering kan få demokratisk betydning, fordi der kan opbygges myter om udviklingen af samfundet. Ren fokus på nyheder fjerner fokus fra, hvad der sket på den lange bane.

I 2016 undersøgte Justitsministeriet¹, om danskerne troede, at antallet af indbrud var steget eller faldet. 50 pct. af danskerne troede, at der var *flere* eller *mange flere* indbrud end fem år før. I virkeligheden var antallet af indbrud i beboelse faldet med 27 pct. gennem perioden, mens antallet af anmeldte indbrud i forretninger og virksomheder var faldet med 38 pct.

Eksemplet viser, hvordan det ændrede mediebillede har øget behovet for baggrundsartikler og perspektivering, så danskerne ikke baserer deres viden og holdninger på et uoplyst grundlag. Det kan blive et demokratisk problem.

¹ Justitsministeriet Forskningskontor, juni 2017, Danskernes opfattelse af kriminalitet i samfundet.

Teknologien giver nye muligheder

Internettet har givet de skrevne medier en lang række muligheder for at understøtte indholdet med billeder og lyd, hvilket medierne gør brug af. Mange medier gør i dag brug af videoklip, lydclip og podcasts for at understøtte formidlingen endnu bedre.

Bekendtgørelsen om mediestøtte sætter dog nogle begrænsninger:

”Med skrevne internetbaserede nyhedsmedier forstås internetbaserede nyhedsmedier, herunder indhold via mobil, apps og tablets, der primært består af tekstindhold. Billeder og lyd kan indgå i mindre omfang, hvis det understøtter tekstindholdet.”

Hvis et medie skal være støtteberettiget, er formatet for nyhedspræsentationen i dag vigtigere end indholdet. Mediestøtten giver ikke mulighed for at tage hensyn til, hvordan den enkelte nyhed formidles bedst eller den teknologiske udvikling af medierne. Kravene er ikke teknologineutrale og begrænser udviklingen.

Nichemedier presses

Produktionsstøtten gives til selvstændige medier. Det betyder, at den samme virksomhed godt kan modtage støtte for flere medier, hvis virksomheden har flere selvstændige medier.

Hvis et medie har flere selvstændige publikationer med samme brand, der tilsammen omhandler politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer, kan mediet også få produktionsstøtte. Det er altså ikke et krav, at ét abonnement på en enkelt publikation hos mediet, kan tilgå artikler omhandlende både politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.

Medier specialiseret i ét eller to af de tre temaer kan ikke komme i betragtning til produktionsstøtte. Mediets samlede publikationer skal omhandle alle tre temaer. Det betyder, at nogle nichemedier kan få produktionsstøtte, selv om abonnenten kun abonnerer og modtager nyheder i et enkelt af de tre temaer, mens andre skrevne medier med et tilsvarende indhold ikke kan få støtte.

Den nuværende konstruktion af produktionsstøtten giver en adgangsbarriere for selvstændige nichemedier, der ikke er en del af en større koncern. Det modarbejder medieudviklingen, der går mod flere uafhængige nichemedier. Produktionsstøtten fremmer dermed ikke et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter, hvilket er selve formålet med ordningen. Tværtimod.

Udfordringer med junkmedier og fake news

De lave omkostninger til opstart og drift af et digitalt medie har givet grobund for de såkaldte junkmedier, der ikke lever op til journalistiske idealer, og indholdsmæssigt giver et subjektivt eller ligefrem fejlagtigt billede af virkeligheden. Denne type medier

er oftest ikke underlagt Pressenævnet, hvilket gør det svært at klage over mediet. Samtidig er kontrollen med junkmedier ringe. For læserne fremstår medierne professionelle, så det svært at kende forskel på junkmedier og andre medier. De er ofte enten finansieret af rent annoncesalg og/eller særlige interesser.

Udbredelsen af sociale medier har givet grobund for mere fake news, idet mange danskere læser nyheder gennem de sociale medier. På sociale medier er det ikke altid let at gennemskue, hvem den virkelige afsender af nyheden er, eller hvilke facts og informationer nyheden bygger på. Nogle falske nyheder er ligegyldige og har kun til formål at genere annoncekroner. Andre er fabrikeret for at støtte bestemte politiske synspunkter og kan blive et demokratisk problem, da borgerne risikerer at basere deres viden og holdninger på usande oplysninger.

Ifølge Europakommisionens rapport "Fake News and Disinformation" er 58 pct. af danskerne mindst en gang om ugen eller oftere stødt på nyheder eller information, som efter deres egen vurdering misrepræsenterer virkeligheden eller er falske.

Tidligere betød de høje faste omkostninger ved at trykke og distribuere aviser, at junkmedier ikke overlevede, idet deres målgruppe var for snæver og annonceindtægterne ikke kunne modsvare omkostningerne til tryk og distribution. Tilsvarende var der ingen sociale medier til at sprede fake news. 9 pct. af danskerne får deres nyhedsbehov dækket af sociale medier uden samtidig at bruge klassiske nyhedsmedier som papiraviser og nyheder på tv². Blandt de 16 til 24-årige og de 25 til 34-årige er de tilsvarende tal henholdsvis 25 pct. og 19 pct.

Hvis udfordringer med junkmedier og fake news ikke skal vokse sig større, kræver det en målrettet indsats med at fremme kvaliteten af det indhold, som er mest kritisk for både vores viden og holdninger og dermed demokratiet.

Sammenfald af stofområder

Allerede inden digitaliseringen tog fart, begyndte stofområderne i trykte aviser og magasiner at smelte sammen. Aviserne bevægede sig ind på magasinmarkedet med tillæg i form af magasiner med traditionelt magasinstof om livsstil, mode, mad, biler, bolig, sport, kultur m.m.

Samtidig er flere magasiner begyndt at beskæftige sig med politiske, samfundsrelaterede eller kulturelle temaer. I dag laver flere magasiner samfundsoplysende reportager og interviews, som ligeså godt kunne være artikler i en trykt avis. Det er dog de færreste magasiner, som kan komme i betragtning til mediestøtte, idet der er et krav

² <https://www.dst.dk/da/Statistik/bagtal/2019/2019-05-22-hver-ellefte-dansker-laeser-primaert-nyheder-paa-sociale-medier>

om, at mindst halvdelen af nyhedsmediets indhold er redaktionelt stof i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.

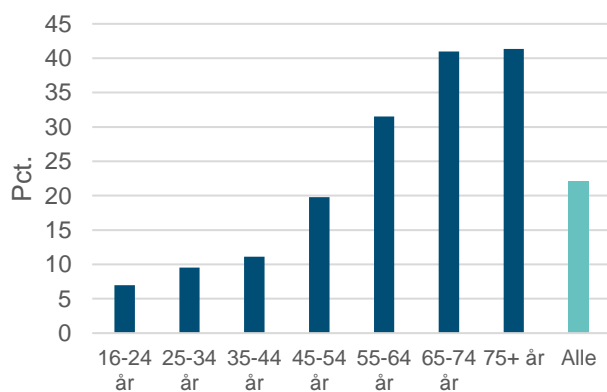
Under coronaudbruddet har flere magasiner bidraget til at oplyse befolkningen om coronavirus. Der har også været interviews med Sundhedsstyrelsens direktør Søren Brostrøm. Men magasiner skriver fx også om klimaudfordringer. Det er ikke unormalt, at artikler efterfølgende citeres i landsdækkende aviser.

Mediebilledet under hastig forandring

Hele 56 pct. af de 16 til 24-årige benytter sig af nyheder fra sociale medier som fx Youtube, Facebook eller Twitter minimum en gang om ugen, mens det tilsvarende tal for de 25 til 34-årige er 42 pct. Med alderen falder andelen, og samlet set benytter 30 pct. af befolkningen sig af nyheder gennem sociale medier.

De landsdækkende aviser har længe haft faldende læsertal. Kun 22 pct. af danskerne abonnerede på en trykt avis eller en netavis i 2018. Tallet er skævt fordelt på alder. Det er særligt ældre, som abonnerer på aviser. Blandt de 35 til 44-årige er det således kun 11 pct., som har et eller flere abonnemeter, og andelen er endnu lavere for dem under 35 år.

Figur 1: Andel af befolkningen, som svarer, at de abonnerer på en trykt avis eller netavis fordelt på alder i 2018³



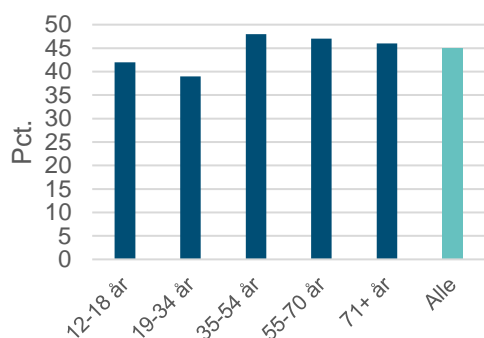
Produktionsstøtten til de skrevne medier uddeles primært til abonnementsmedier. Det betyder, at produktionsstøtten primært fremmer kvalitetsjournalistik til den ældre del af befolkningen.

Til sammenligning er andelen af danskere, som månedligt læser købte magasiner mere jævnt fordelt på aldersgrupper. Blandt de 19 og 34 år er andelen, der har læst

³ Specialudtræk fra Kulturundersøgelsen, Danmarks Statistik

et købt magasiner inden for den seneste måned er 39 pct. Sammenlignet med aviserne har magasinerne generelt bedre fat i de yngre læsere. Magasiner udbreder dermed også nyheder og oplysning til andre dele af befolkningen end aviser.

Figur 2: Andel af befolkningen, der månedligt læser købte magasiner i 2018⁴



Ejerskabskriteriet

I dag ydes der ikke mediestøtte til nyhedsmedier, som er ejet med to tredjedele eller mere af en arbejdstager-, arbejdsgiver- eller brancheorganisation. Som en del af medieforliget i 2019 blev det aftalt at stramme disse regler yderligere, men det er ikke udmøntet endnu. Ejerskabet af et medie har ikke noget at gøre med den journalistiske kvalitet af et medie.

Krav om 50 pct. journalistisk indhold

Produktionsstøtten indeholder også krav om, at mindst halvdelen af et nyhedsmedies indhold er redaktionelt stof i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof. Det begrænser andelen af annoncer, og dermed muligheden at lave rent annoncefinansierede medier. Ordningen favoriserer betalingsmedier.

⁴ Slots og Kulturstyrelsen, Mediernes udvikling i Danmark 2019, Magasiner og ugeblade

Produktionsstøtten har ikke fulgt med tiden

Formålet med redaktionel produktionsstøtte er 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 Danmark⁵.

Men mediestøtte til de skrevne medier er ikke fulgt med tiden og gives primært til medier benyttet af den ældre del af befolkningen. Det er en ineffektiv måde at sikre et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder. Samtidig sikrer det ikke, at nyhederne kommer bredt ud til borgerne, idet klart størstedelen af produktionsstøtten gives til medier kun 22 pct. af befolkningen har adgang til. Tidligere kom støtten bredt ud til store dele af befolkningen, idet de fleste havde et avisabonnement, men det er ikke tilfældet længere.

Mediebilledet har ændret sig meget og ændrer sig fortsat. I dagens mediebillede er det vigtigt, at borgerne ikke fejlorienteres af fake news og junkmedier. Det kræver at nyhederne kommer bredt ud til hele befolkningen. Hastigheden nyheder udbredes med, og mediernes konstante fokus på at være først med nyheden har skabt et øget behov for flere baggrundsartikler og mere perspektivering.

Nichemedier af høj journalistisk kvalitet er kun sjældent berettiget til produktionsstøtte, idet nichemedier oftest kun dækker et enkelt af de tre temaer. Det skaber et fastlåst mediebillede, hvor de etablerede medier støttes i konkurrencen mod nye nichemedier. Her begrænser mediestøtten ligefrem et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter.

Digitaliseringen har åbnet for, at journalistisk indhold kan formidles på nye måder, men produktionsstøtten modarbejder de nye formater, idet den primære fokus skal være på det skriftlige. Det betyder, at mange af de formater, der kan hjælpe med at tiltrække de yngre modarbejdes.

Overgangen fra trykt til digital publicering har udvisket de traditionelle forskelle mellem aviser og magasiner. Digitalt har magasiner samme udgivelsesfrekvens som aviser og er blevet nyhedsbårne ligesom aviser. Indholdsmæssigt ser man et stigende overlap, hvor aviser bringer mere traditionelt magasinstof og omvendt.

Mediestøtten for de skrevne medier er en dyr og ineffektiv måde at fremme journalistisk kvalitetsindhold. Ordningerne støtter de etablerede mediehuse og ikke kvalitetsjournalistik. Mediestøtten bør moderniseres, så den håndterer tidens udfordringer og understøtter medieudviklingen.

⁵ Taget fra formålsparagrafen for mediestøtten