

En af de største gamechangere for pressen indefor de seneste 10-15 år har været de sociale medier. Mediabilledet i dag er præget af begrebet "Fake News" – og specielt den amerikanske præsident Donald Trump påstår, at medierne opfinder deres egne historier, uden de har holdt i virkeligheden. Økonomien indenfor media og journalistikkbranchen har aldrig været så utfordrende som den er i dag.

2018



JOHAN  
BORUPS  
HØJSKOLE

- Og 6 gode råd til, hvordan  
den forbedres

# INHALDSFORTEGNELSE

Introduktion	3
Sociale medier	4
"Fake News"	5
Økonomi	6
Vores 6 gode råd	8-9



Kristiane Dicte Wedel  
København, Danmark



Jonas Vik  
Ålesund, Norge



Id Skriverhaug  
Oslo, Norge



Manne Godsk Scheef  
København, Danmark



Gunnar Klepp Madsen  
Kristiansand, Norge



Live Lemva Ousdal  
Asker, Norge

# INTRODUKTION

Efter vi har besøgt forskellige medier i løbet af vores halve år på Johan Borups Højskole – heriblandt DR, TV2 Lorry, Eurosport, Zetland, Das Bild og Altinget – er nogle ting blevet gjort tydelige for os; medierne står overfor et stort pres. Mistilliden er større, og midlerne er mindre, end nogensinde før. Sociale medier skaber og spreder historier hurtigere end vi kan følge med.

Med en delt ambition i blandt os om på sigt at arbejde med medier, har vi i denne publikation forsøgt at identificere og kommentere på den nye medievirkelighed, som er domineret af sociale medier, nye begreber som "Fake News", en presset økonomi og en generel mistillid til pressen. Vi har også udviklet seks gode råd til, hvordan medierne – og vi som medieforbrugere – kan bevæge os i en bedre retning, hvor medierne igen kommer til at spille en vigtig rolle i vores demokratiske samfund.

# SOCIALE MEDIER

En af de største gamechangere for pressen indefor de seneste 10-15 år har været de sociale medier. De har skabt en ny medievirkelighed, hvor journalister og mediehuse ikke længere har monopol på viderefremstilling af nyheder. Politikere, kendisser, skuespillere, kommentatorer, kongehuset, ja i princippet alle, kan ytre deres holdninger og nyheder frit til befolkningen. Dilemmaet her er, at demokratiet styrkes på den ene side - alle har en stemme og vi får nye stemmer at høre, men støjen stiger på den anden side: Alle råber, men ikke alle stemmer er lige kvalificeret eller centrale for debatten.

De sociale medier er for politikerne et instrument til at komme befolkningen nærmere. Der er således ikke en journalist til at sætte deres ord i kontekst, eller en ekspert til at kommenterer på deres udsagn. De kan bruge de sociale medier til at fortælle nyheder, før pressen får fingrene i dem. Den amerikanske præsident Trump er især en af de politikere, som benytter Twitter til konstant opdatere befolkningen om sine tanker, meninger og til at vise sin modstand mod sine konkurrenter og dem, han ikke er enige med.

Det er blevet svære at skelne imellem, hvad der er troværdige nyheder, og hvad der er fake news når alle har deres eget medie. Man kan argumentere for at fagligheden og sagligheden af nyheder bliver tabt, når den journalistiske bearbejdning forsvinder fra ligningen.

# “FAKE NEWS”

Mediebilledet i dag er præget af begrebet “Fake News” – og specielt den amerikanske præsident Donald Trump påstår, at medierne opfinder deres egne historier, uden de har hold i virkeligheden. Det er ikke nødvendigvis helt rigtigt. Der er ét problem, men problemet er ikke “Fake News”, problemet er blot “News”. Donald Trump har en pointe når han mener, at nyhedsstrømmen i dag er virkelighedsfjern – men ikke i den forstand som han selv tror. Den gamle journalistiske metode ‘En dårlig nyhed er en god nyhed’, er blevet grundlaget for vores nyhedsdækning, hvilket har resulteret i, at vi – når vi åbner aviserne – tror at hele verden er ved at falde fra hinanden. Men faktisk går det bedre end nogensinde før. Vi har færre fattige end nogensinde, flere piger går i skole og stort set alle børn bliver vaccineret. Men på grund af den skæve dækning af verdenssituationen, er der kommet en stor mistillid til pressen.

Journalister efterhånden omringet af brugt vognsforhandlere og ejendoms-mæglere i de forskellige troværdighedsundersøgelser. Omkring 50% af danskere stoler ikke på medierne og ca. 45% stoler ikke engang på den avis, de selv holder. Den mistillid er dels et resultat af ovenstående, og dels et resultat af det tempo, der kræves af journalister i dag. Alt skal gå enormt stærkt og nyhederne bliver pumpet ud. “Hastværk er lastværk” er et gammelt dansk ordsprog, og det gør sig i den grad også gældende, når det kommer til journalistisk udarbejdede produkter. Substansen og indholdet bliver offeret i kampen mod tiden, og ikke alle historierne bliver faktatjekket, hvilket er et problem.

Den mistillid benytter nogle folkevalgte sig af i kampen mod pressen. Donald Trump er gået så langt som at kalde pressen for “Enemy of the People”. Bolsonaro i Brasilien, Orban i Ungarn og Sacher i Østrig er heller ikke nødvendigvis fans af pressen, og benytter sig af den samme mistillid til at skabe to poler. Den ene pol påstår af folk der mener, at medierne opfinder nyhedshistorier for at sætte en agenda, hvorimod den anden pol er meget nervøs overfor politikeres fjendtlighed overfor pressen. Skyttegraven imellem polerne graves dybere og dybere næsten hver dag, og chancen for de mødes er meget lille, medmindre vi som forbrugere gør noget ved det.

# ØKONOMI

Opplagstallene for de fysiske avisene er i fritt fall, annonsørene flytter ressursene sine til andre plattformer og sosiale medier kjemper på lik linje som mediehusene om å være raskest ute med nyhetene. Økonomien innenfor media og journalistikkbransjen har aldri vært så utfordrende som den er i dag.

Hovedgrunnen til at mediehusene sliter økonomisk er at de ikke lenger er annonsørenes naturlige førstevalg. Annonsørene går etter plattformer hvor de vet de vil ha det største publikummet. De finner ut av disse numrene ved å sjekke antall klikk de forskjellige plattformene og nettsidene har. Dette er også en konsekvens i forhold til kvaliteten på hva mediehusene publiserer. Det er ikke lenger viktigst å ha de lengste og mest grundige artiklene. I dag er det viktigst å være raskest ute med nyhetene, før de blir publisert av andre mediehus eller på andre plattformer. En annen konsekvens av å kjempe om å ha flest klikkene inn på sin side for å vise til annonsørene, er at det blir publisert langt flere clickbait rubrikker enn tidligere. Clickbait rubrikker er villedende tekster med lokkende overskrifter, slik at leserne føler at de "må klikke seg inn" for å lese teksten. Alle disse punktene over er utfordringer som fører til mindre kvalitets- og dybdejournalistikk, som igjen er med på minske folkets tillit til mediene. Mange av mediehusene tar også betalt for medlemskap, og publiserer noen tekster som man må ha medlemskap for å kunne lese. Dette er et problem fordi de da holder tilbake informasjon for en gruppe mennesker som velger å ikke betale.

Den danske stat gir mediestøtte til noen mediehus for å hjelpe dem økonomisk. Formålet med denne mediestøtten er å fremme den allsidige og mangfoldige delen av nyheter, som omgår kultur og samfunn, for å opprettholde og styrke det danske demokratiet og den danske debatten. Finansloven for 2018 inneholdt en mediestøtte på 351,9 millioner danske kroner. De to største mottakerne av denne støtten var Kristeligt Dagblad og Information, som begge både mottok støtte fra hovedledelsen og spesialstilskuddet for trykte medier. Syv andre medier som også mottar støtten er Politiken, Berlingske, BT, Ekstra Bladet, Jyllands-Posten, Jyske Vestkysten og Nordjyske Stiftstidende .



# VORES 6 GODE RÅD

## IKKE ALLE ER LIGE KLOGE

Husk at overveje, hvilke mennesker du gir en mikrofon i hånden, for ikke alle ord er like verdifulde. Man skal ikke nødvendigvis gi ordet til den, som snakker højest, og den som overdøver de andre, men man skal velge den, som rent faktisk har satt seg inn i emnet, og som har noe relevant å fortælle. For selv om vi er en del av et demokrati, hvor alle har en stemme, er det ikke ensbetydende med, at alles holdninger og ytringer er til gagn for resten.

## SETT TEMPO NED

I dag handler det ikke om å publisere de korrekte og grundige historiene. Det handler nå i større grad om å være første mediehuset ute med nyheten, eller den første journalisten. I dette ligger skylden hos mediehusene, som nå har mistet sitt monopol på å være først ute med hva som skjer rundt om i verden. Nyhetene blir utgitt i et høyere tempo enn tidligere, som har ført til et tap av journalistisk substans. En journalist skal ha som oppgave å rette sitt fokus på å publisere korrekt informasjon, med lys kastet vekk fra hastigheten til sine konkurrenter. Med tempoet av mediestrømmen satt ned, vil kvaliteten av produktene øke, og kildene faktasjekket. Dette vil ha en positiv effekt på samfunnet, når dette kan øke folket sin tillit til mediene, når folket vet at produktene publisert har blitt nøye gjennomgått og vurdert.

## SORTER STØYEN FRA

I demokratiet har alle en stemme som kan brukes fritt. Alle meninger kan bli hørt så lenge en roper høyt nok, uavhengig av relevans meningen har. Som faglært journalist, skal en vite hva som er vesentlig å skrive om, og hva som er fakta. Som medieforbruker er det viktig å være kritisk til både informasjonen som blir sendt ut, og kilden som bidrar til utsendingen. I vår moderne tid kan det være utfordrende å skille mellom hva som er troverdige nyheter og hva som er utroverdige nyheter eller det nye fagbegrepet «Fake News», når i prinsippet hvem som helst kan være journalister, og dette letter gjennom sosiale medier. Forbrukeren må også ta seg til råde at det er en forskjell mellom holdninger og konkludert fakta, som også å være i stand til å avskille dem i sin egendefinerte kategori.



## FORLANG NOGET MERE

Hvis vi vil opløse polariseringen af mediebildet i dag, må både medier og medieforbrugere forlange noget mere af hinanden. Som forbrugere må vi ikke stille os tilfredse med sløseri, halvfærdige historier, og sløje kilder. Vi må forvente, at medierne rapporterer sagligt og fagligt, og også vi må være kildekritiske. Samtidigt må medierne også forlange noget fra deres læsere, lyttere og seere. De må forvente, at vi ikke stiller os tilfredse med clickbait, gule ”breaking”-skilte og gengivelser af, hvad Donald Trump skrev på sin Twitter-konto. De må forvente, at vi som forbrugere ikke stoler på alt, hvad vi læser. Hvis medierne forventer, at vi som forbrugere forlanger gennearbejdede artikler og kompetente kilder, jamen så vil de helt automatisk gøre sig mere umage, end vi har set de sidste år.

Hele idéen med at forlange noget mere af hinanden, skal komme mistilliden til pressen til livs. Pressen skal igen gøres til demokratiets vagthund - men vagthunden er kun pengene værd, hvis vi stoler på den, når den gør.

## VÆR KONSTRUKTIVE

”En dårlig nyhed er en god nyhed”. Det har mange journalister lært, for at skabe en sensationspræget artikel. Men der behøver ikke nødvendigvis at være en konflikt, da ikke alle sager har to sider. Og hvis der er en konflikt, så kunne det klæde journalistikken, at tænke mere langsigtet og løsningsorienteret, så medierne ikke blot opremser problemerne, men i stedet bidrager til løsningerne. Vi får kastet hundredevis af nyheder i hovedet hver dag, og vi har glemt dem alle sammen dagen efter. Hvis nyhederne gøres mere konstruktive, vil de gøre sig selv mere relevante i længere tid. Derfor skal medierne også benytte sig af eksperter, når de kigger langsigtet, som kan give nogle bud på, hvordan vi løser den konflikt eller den problemstilling, som nyheden informerer om.

## BEVAR HÅPET

Til trods for utfordringene journalismen står ovenfor i nyere tid, er det vigtigt å bevare håpet. Vi har aldrig tidligere hatt en så stor tilgang til nyheter og informasjon som vi nå har i dag. Store deler av dette skyldes tilgjengeligheten av nyheter over internettet, og sosiale medier, som igjen sprer nyhetene. I dag er ikke journalist et beskyttet yrke, som vil at alle kan utgi seg som journalist og utlevere informasjon. Som en effekt av dette har vi fått en økende tilgangen på informasjon, samtidig, som demokratiet og borgerens frihet styrkes. Nyheter og- informasjon spres raskere, som gjør verden mer sammenkoblet. Hvis forbrukerene forholder seg kildekritiske til hva som leses, ses, og høres, er det ikke en nødvendighet at økningen vi ser på tempo og substans i journalistikkfaget kun er negativt.

2018  
DECEMBER  
JOHAN BORUPS HØJSKOLE