



Forholdet mellem medierne og politikerne bliver ofte diskuteret.

Foto: Jacob Ehrbahn/Ritzau Scanpix

Mediernes magt

Hovedforfatter

Anne Anthon Andersen,
journalist, apr. 2024

Indhold

Indledning

Mediernes spiller en afgørende rolle i et demokratisk samfund. Som 'den fjerde statsmagt' har medierne til opgave at sikre borgerne saglig upartisk oplysning, som gør dem i stand til at deltage i samfundet både praktisk og politisk. Mediernes magt og indflydelse er under pres fra flere sider og bløder både økonomisk og på troværdighedens konto, blandt andet pga. falske nyheder.

Techgiganter som Meta, Google, TikTok m.fl. løber med annoncekroner og opmærksomhed fra betalende læsere, som tidligere var bærende fundament for mediernes økonomi. Kunstig intelligens og chatbots giver dem mulighed for at tage yderligere magt fra de traditionelle medier, som forsøger at vinde troværdigheden tilbage med tiltag som konstruktiv journalistik. Samtidig forsøger politikerne i stadigt større grad at tage styringen. Dels ved at etablere egne medier, og dels ved at blande sig i mediernes indhold, mediernes adgang til information – f.eks. ved stramning af offentlighedsloven, som over de seneste år har gjort det vanskeligere og mere omstændeligt for medierne at få aktindsigt. Men medierne har stadig stor magt, og også for stor, lyder kritikken fra politikerne på Christiansborg. De seneste år har flere politikere rejst spørgsmålet, om medierne har skabt et umenneskeligt pres på politikerne. Den tidligere formand for Det konservative Folkeparti, Søren Pape Poulsens pludselige død genstartede debatten om de menneskelige konsekvenser af mediernes magt.

Relaterede emner

Fake news – falske nyheder

Kildekritik

Pressefrihed

Definition af mediernes magt

Hvad er mediernes rolle og magt i et demokratisk samfund?

Medierne spiller en afgørende rolle i demokratiet ved at formidle de informationer, som borgerne har brug for, for at kunne træffe beslutninger på et oplyst grundlag og hermed være i stand til at deltage i demokratiet ved at engagerer sig i samfundsdebatten og ved at stemme på de politikere, de vil give deres opbakning til.

Samtidig er det mediernes rolle at stille de ansvarlige politikere og myndigheder til ansvar for deres handlinger. Mediernes rolle er altså at informere, undersøge, afdække og afsløre, når politikere og myndigheder misbruger deres magt. I Danmark bliver medierne også kaldt 'den fjerde statsmagt' – en understregning af, at mediernes rolle er at supplere og understøtte de tre øvrige statsmagter i et demokrati: den lovgivende (Folketinget), den udøvende (regeringen) og den dømmende (domstolene) Mediernes

rolle er med andre ord at være med til at sikre, at de tre andre statsmagter forvalter deres magt, som de skal ifølge lovgivningen, og at stille dem til regnskab på borgernes vegne, når de svigter dette ansvar. En forudsætning for at medierne kan gøre dette er, at de er troværdige og uafhængige, kan man læse i fagbogen "Medier, politik og samfund" ^[1].

Fakta om mediernes magt

Hvordan har danske mediers rolle udviklet sig?

Hvor mediebrugerne for bare ti år siden primært fik deres nyheder fra de traditionelle medier som dagblade, radio og tv med faste daglige sende- og udgivelsestidspunkter, er mediebrugerne i dag blevet vant til at blive opdateret på det seneste nye døgnet rundt. Der er blevet større konkurrence om mediebrugerne, og mediebilledet er blevet mere mangfoldigt – nye netmedier, sociale medier, livesendinger og streamingtjenester tilbyder mediebrugerne frie valg og stiller krav om hastighed og evige opdateringer. Podcasts er blevet populære – måske også fordi de giver mulighed for frit at vælge at lytte til de programmer, man har lyst til, når man har lyst, modsat tidligere medietiders flow-rytme. Algoritmerne bag sociale medier har vænnet mediebrugerne til, at mediet lærer deres præferencer at kende og serverer lige netop det, de interesserer sig for. Samtidig har den nye generative teknologi og kunstig intelligens som ChatGPT gjort det muligt at få

robotter til at skrive nyheder, kan man læse i rapporten fra DR Medieforskning Medieudviklingen 2023 ^[2].

Hvilke nye udfordringer har medierne generelt fået internationalt?

Medieudviklingen, som beskrevet ovenfor, har givet medierne en række forskellige udfordringer. Konkurrencen fra techgiganter som Google, Meta, TikTok osv. presser de traditionelle medier på indtjening, da de er lykkedes med at vinde mediebrugernes opmærksomhed og hermed har kostet medierne både betalende brugere og annoncekroner. Samtidig har robotteknologi og AI gjort det muligt at autogenerere indhold. Det stiller nye krav og udfordringer til medierne, som forsøger at lære at integrerer teknologien, så den ikke ender med at stjæle arbejde fra journalister og mediefolk. Og samtidig bruge den etisk forsvarligt og uden at save den gren af troværdighed, kildekritik og ansvar over, som medierne hviler på, kan man læse i artiklen "AI kommer til at påvirke alle led i den journalistiske værdikæde" på Journalisten.dk ^[3].

Hvem er ansvarlig for det indhold, medierne bringer?

Medierne har pressefrihed. Det vil sige, at de har ret til at bringe de historier, de ønsker, uden at blive censureret af myndigheder eller politikere, der ønsker at styre og kontrollere, hvad medierne skriver. Medierne har dog selv ansvar for, at den information, de bringer, er faktisk korrekt, og at den overholder lovgivningen,

som er beskrevet i Medieansvarsloven ^[4]. Af loven fremgår det, at det formelt er den ansvarshavende redaktør, der står til ansvar. I Medieansvarsloven står der også, at ”massemediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik”, og ”at klager over overtrædelse kan rettes til det pågældende massemedie selv eller direkte til Pressenævnet” ^[4]. Pressenævnet er en uvildig institution, der håndterer og behandler sager, hvor der bliver indgivet klager mod medierne.

Hvordan har tilliden til medierne udviklet sig?

Danskernes tillid til medierne er høj sammenholdt med lande, vi sammenligner os med. Ifølge rapporten ”Danskernes brug af Nyhedsmedier 2022”, som Center for Nyhedsforskning på Roskilde Universitet står bag, ”har 58 procent af danskerne tillid til nyhedsmedier generelt, mens 63 procent har tillid til de nyhedsmedier, som de selv anvender” ^[5]. Det placerer Danmark på en fjerdeplads på listen, hvor landene er rangeret efter befolkningens tillid til medierne. Øverst på listen står Finland, hvor 69 procent af befolkningen svarer, at de har stor tillid til medierne. Forskerne bag rapporten vurderer, at covid pandemien kan have styrket danskernes tillid til medierne, ligesom pandemien styrkede tilliden til myndighederne og politikerne. Reuters Digital News Report 2023 viser, at dalende tilslutning til de traditionelle medier i høj grad skyldes dalende troværdighed, men også konkurrence fra sociale medier og nye generationer af mediebrugere, som er vokset op med sociale medier og her er blevet vænnet til at vende opmærksomheden mod influencere og

kendte mennesker frem for journalister og traditionelle nyhedsmedier, fremgår det af rapporten fra 2023 ^[6].

Hvad betyder mediernes magt?

Hvilken betydning har medierne for det politiske liv?

Det ligger i mediernes metier, at de har ret til at beslutte, hvad de skriver om, og magt til at gå magthaverne efter i sømmene. Hermed har medierne også betydning for det politiske liv. Der er dog stor uenighed om, hvorvidt medierne reelt har afgørende indflydelse på de politiske dagsordener. Forskere, der har undersøgt mediernes magt, har svært ved at bekræfte, mediernes reelle påvirkning af den politiske dagsorden, men peger samtidig på, at medierne har mere politisk indflydelse end tidligere. Det kan man læse i kommentarartiklen ”Tangoen mellem medier og politikere” ^[7], som professorerne Erik Albæk og Claes de Vreese står bag.

Hvordan har politikerne fået mere direkte adgang til mediebrugerne?

Politikerne har i stigende grad fået direkte adgang til vælgerne via deres egne kanaler på sociale medier og har således løsrevet sig fra det filter, som de traditionelle medier hidtil har udgjort. I artiklen ”Politikerne er blevet deres egne massemedier” på Mandag

Morgen kan man læse, hvordan størstedelen af de opstillingsberettigede partiers politiske kandidater strategisk kommunikerer direkte til deres følgere på Facebook, X, Instagram, YouTube og LinkedIn, ligesom det er blevet almindeligt, at partierne producerer deres egne medier og podcastkanaler, finansieret af partistøtten. De nye partipolitisk styrede medieplatforme, som deler indholdet på sociale medier, hvor de når et publikum, der rækker langt ud over partiets egne støtter, giver politikerne en større magt, vurderer valgforsker ved Københavns Universitet, Kasper Møller Hansen ^[8].

Hvilken betydning har medierne for borgerne?

Mediernes rolle er at informere borgerne, så de kan træffe beslutninger i deres liv, deltage i den offentlige samtale og debat og endelig afgøre, hvem de vil stemme på, når der afholdes valg. Det er også mediernes opgave at holde øje med, om de, der har magt i samfundet, misbruger denne magt eller ikke følger de love og regler, som Folketinget (den lovgivende magt) har besluttet, og tjekke op på, om regeringen (den udøvende magt) får de indførte love ført ud i livet. Det er ikke alene politikere og myndigheder, journalisterne har til opgave at holde øje med, men alle der besidder en magt over andre. ”Man har også magt over nogle, hvis man er skoleleder, håndboldtræner eller butikschef i Netto,” som det beskrives i artiklen ”Medierne har magt i Danmark” på dr.dk Skole ^[9].

Hvad siger loven?

Medieansvarsloven. Af loven fremgår det, at Formelt er den ansvarshavende redaktør, der står til ansvar. I

Medieansvarsloven står der også, at ”massemediernes indhold og handlemåde skal være i overensstemmelse med god presseskik” og ”at klager over overtrædelse af stk 1 kan rettes til det pågældende massemedie selv eller direkte til Pressenævnet” ^[4].

Offentlighedsloven (som formelt hedder Lov om Offentlighed i forvaltningen) giver ret til aktindsigt i offentlige myndigheders forvaltning. Loven skal sikre åbenhed og indsigt i myndighedernes arbejde – og giver journalister og alle andre borgere ret til at søge aktindsigt ^[10].

Hvordan har teknologisk udvikling som AI påvirket medierne?

Kunstig intelligens vil påvirke alle led i den journalistiske værdikæde, lyder vurderingen fra Andreas Marckmann, som har skrevet bogen ”Sådan forandrer automatisering medierne.” Det kan man læse i artiklen ”AI kommer til at påvirke alle led i den journalistiske værdikæde” på fagbladet Journalisten ^[3]. Artiklen beskriver, hvordan flere medier, blandt andre Politiken, JFM, Altinget og Zetland har taget AI til sig og udviklet retningslinjer for, hvordan de bruger AI. Samtidig er flere splittede i forhold til at bruge teknologien. Som Zetlands chefredaktør, Lea Korsgaard,

siger i artiklen ”Jeg er både vildt bekymret og totalt begejstret” og forklarer, at de på Zetland bruger AI til både idéudvikling, research og bearbejdning af artikler. Rapporten ”Generating Change”, der er udgivet af JournalismAI, et globalt initiativ, der skal understøtte, at nyhedsorganisationer bruger AI ansvarligt, har undersøgt journalister og redaktører fra 105 nyhedsorganisationer fra 46 lande, hvordan de bruger og tænker om AI. Rapporten viser, at branchen er delt i oplevelsen af AI. To tredjedele ser muligheder. 82 procent frygter konkurrencen fra kunstig intelligens, som vil koste på troværdighedskontoen og forringe journalistikken ^[11].

Hvordan har mediernes økonomi udviklet sig?

Tidligere bar indtægter fra annoncører stået for en betragtelig del af de traditionelle nyhedsmediers økonomi. Annoncer i medierne var en god forretning, fordi annoncørerne vidste, at de havde et stærkt publikum i avisernes spalter og i reklamespots mellem programmer på flow-tv. Gratis nyheder på nettet og techgiganter som Google og Facebook har trukket en stadigt større del af det publikum til sig og trukket annoncekronerne med, fordi de har udviklet algoritmer, der kan målrette annoncerne meget mere direkte til de brugere, som annoncørerne ønsker at ramme. Selvom det er lykkedes flere medier at få deres brugere til at betale for digitale abonnementer: 19 procent af danskerne har betalt for at få adgang til en digital nyhedstjeneste det seneste år, viser rapporten ”Danskernes brug af nyheder online 2023” fra Center for Nyhedsforskning på Roskilde Universitet ^[12]. I rapporten ”Mediernes udvikling i Danmark – Annonceomsætning 2021,” som

Kulturministeriet står bag, kan man læse, at Google, Facebook og LinkedIns andel af annonceomsætningen på internettet i Danmark voksede fra 62% i 2019 til 64% i 2020, og at det svarer til, at 4 ud af 10 annoncekroner nu går til de tre techgiganter ^[13]. I årsrapporten over det danske reklamemarked 2023 fremgår det, at techgiganterne nu kun er et procentpoint fra at sidde på halvdelen af den danske annonceomsætning. Det får Danske Medier til at sende en opsang til annoncørerne ”Det er et stort problem, at pengene flyder direkte ned i lommerne på gigantiske udenlandske techvirksomheder, der ikke tager ansvar for falsk indhold på deres platforme, og som udfordrer vores demokrati, vores offentlige samtale og befolkningens trivsel,” lyder det i en pressemeddelelse fra Danske Medier ^[14].

Men der er også digitale medier og fagudgivelser, der har oplevet økonomisk fremgang, som en analyse fra analysebureauet Publicity viser. I gennemsnit er antallet af medarbejdere vokset med en fjerdedel på landet største fagmedier, kan man læse under overskriften ”Økonomisk fremgang blandt danske fagmedier” på analysebureauets hjemmeside ^[15].

Techgiganterne erobrer annoncekronerne

Reklameforbrugsundersøgelsen 2023 viser, hvordan annoncemarkedet rykker fra de traditionelle medier til techgiganter, som nu kun er under et procentpoint fra at have halvdelen af den danske omsætning af annoncer. Det har store konsekvenser for produktionen af journalistik, fordi annoncekronerne er med til at betale for journalistikken.

Problemstillinger ved mediernes magt

Hvilke demokratiske problemstillinger rejser politikernes stigende magt over medierne?

Når politikerne laver egne medier for selv at kunne sætte dagsordenen, bruger sociale medier til at nå direkte ud til deres publikum og potentielle vælgere, som tidligere beskrevet, bliver det sværere for journalister og medier at være det ”medierende led”, som sikrer læserne nuanceret, uvildig og kildekritisk information. Dernæst er det blevet almindeligt, at toppolitikere ansætter dygtige spindoktorer, der fungerer som rådgivere, ofte tidligere journalister, der er dygtige til at ”spinne” politikernes budskaber, så de får opmærksomhed i medierne. Disse rådgivere

forsøger også stadig oftere at lave aftaler med journalister om, at politikerne kan levere et skriftligt svar i stedet for at stille op til et interview med journalisten. Det skaber arbejdsvilkår, der forringer mulighederne for at lave kritisk journalistik. Samtidig er det et demokratisk problem, at medierne i højere grad bliver afhængige af politisk opbakning som f.eks. offentligt finansieret mediestøtte og samtidig bliver udfordret af politikernes egne medier, som bliver finansieret af partistøtte – en offentlig støtte til partierne, som er vokset de seneste år, som det bliver beskrevet i artiklen ”Politikere er blevet deres egne massemedier” på Mm.dk ^[8].

Hvilke demokratiske problemstillinger rejser konkurrence fra ny teknologi?

Ny teknologi udfordrer på flere parametre mediernes muligheder for at leve op til deres ansvar som demokratiets vagthund og samfundets fjerde statsmagt. Dels er det demokratisk problematisk, at AI- teknologi i det hele taget truer journalistikken ved at robotter kan udføre en del af det arbejde, som journalister udfører. Dels er det demokratisk problematisk, at AI kan lave tekster, som ligner nyheder, men er falske fordi de er autogenererede uden faktatjek. AI fungerer ved at søge på svar og sammensætte de fakta, den finder, men uden at kunne faktatjekke eller forholde sig kildekritisk. Kan AI ikke finde svaret, opfinder den selv svar - ”Hallucinationer” kalder man det. Dernæst er det problematisk, at teknologien, hvis den falder i forkerte hænder, kan bruges til at sprede falske nyheder, som kan bruges politisk, som det er set, fx i forbindelse med den amerikanske valgkampagne i 2016 ^[16].

Hvilke demokratiske problemstillinger rejser techgiganterens tiltagende økonomiske magt?

Techgiganterens tiltagende økonomiske magt rejser en række demokratiske problemer. Selvsagt er det problematisk, at techgiganter får så meget magt, at de løber med brugernes opmærksomhed og penge, fordi det svækker de traditionelle mediers forretningsgrundlag og hermed også muligheder for at udfordre magten og sikre den demokratiske debat. Det er med andre ord demokratisk problematisk, at magten samles på færre hænder, fordi et velfungerende demokrati hviler på en fri uafhængig presse, som kan understøtte en fri oplyst demokratisk samtale.

Dernæst er det demokratisk problematisk, at techgiganterne indhenter data fra brugerne som betaling for brug af de deres tjenester, og at techgiganterne hermed får en så stor viden, som vi ikke kan overskue konsekvenserne af. De seneste debatter om TikTok tydeliggør, hvor demokratisk problematisk techgiganterens tiltagende magt er, fordi de viser, at selv myndigheder som EU Kommissionen har svært ved at få techgiganterne til at rette sig efter gældende love og afgørelser fra domstole. Således kan man sige, at techgiganterne udfordrer grundlaget for magtens tredeling, som er fundamentet for et demokrati.

Hvilke problemer rejser fake news?

Falske nyheder er så professionelt lavet, at de er svære at skelne fra

ægte nyheder. Derfor kan de få store konsekvenser som at forføre folk til at tro på noget, der ikke er rigtigt, hvilket i sig selv er problematisk. Falske nyheder kan også få direkte politiske konsekvenser ved fx at flytte vælgere ved valg, som man så det ved det amerikanske præsidentvalg i 2016, hvor falske nyheder fyldte en del, og som rejste en debat om, hvorvidt falske nyheder havde været med til at afgøre valgets udfald, som man kan læse i artiklen ”Falske nyheder blev delt mere end de sande i USA-valgkamp” på DR.dk ^[16]. Udbredelsen af falske nyheder under valgkampen 2026 fik Facebook, Twitter og YouTube til at sætte ind for at slette mistændeligt indhold og konspirationsteorier, som man kan læse i artiklen ”Russiske troldehære, fake news og påvirkningskampagner: Sådan vil sociale medier undgå katastrofen fra USA-valget i 2016” på DR.dk ^[17]. Falske nyheder skadelige for mediernes troværdighed, fordi det kan være med til at gøre mediebrugerne skeptiske over for at tro på de historier, medierne bringer. På fagbladet Journalistens hjemmeside kan man læse, hvordan de tre medier TV2, DR og BT er gået sammen om at sende et åbent brev til Meta, hvor medierne siger fra overfor, at Meta deler indhold, ”der tager sig ud som indhold fra danske journalistiske medier, som udnytter kendte værter og vildleder danskerne,” som det lyder i brevet, hvor det fremgår, at DR og TV2 har politianmeldt Meta for svindel, æreskrænkelser og injurier i forbindelse med en række svindelannoncer ^[18].

Hvordan kan mediernes magt få store menneskelige konsekvenser?

Mediernes magt kan få store menneskelige konsekvenser, fordi

medierne har mandat til at udlægge virkeligheden og fortælle historier, som påvirker befolkningens opfattelse af virkeligheden. Når medier retter kritik af personer, kan det have store menneskelige konsekvenser at blive hængt ud i pressen. Derfor er det også vigtigt, at journalister og medier retter sig efter de presseetiske regler, som i korte træk handler om, at mediernes formidler korrekt information, lader anklagede parter komme til orde med et modsvar af kritikken, redegør for hvad der er faktiske oplysninger, og hvad der er kommentarer eller vurderinger, og berigtiger, hvis mediet har bragt urigtige oplysninger. Beskytter sårbare kilder og ofre og ikke krænker privatlivets fred, medmindre der er "klar almen interesse, der berettiger offentlig omtale," som det er formuleret i "De presseetiske regler" ^[19].

Debat om mediernes magt

Hvad siger de, der mener, at medierne ikke har så stor magt, som nogle argumenterer for?

Artiklen "Tangoen mellem medier og politikere" på Berlingske.dk ^[7] beskriver, hvordan medierne langt fra er politisk dagsordensættende og styrende for, hvor vælgerne sætter deres kryds – blandt andet fordi vælgernes politiske overbevisning er afhængig af mange andre forhold: "Folks sociale baggrund, arbejde, religion, bopæl, køn, alder, personlige netværk etc.," som de skriver i artiklen. Når man alligevel kan tale om, at medierne

har fået større indflydelse politisk de senere år, er det, fordi medierne er blevet det, man kalder ”medialiseret” dvs. har udviklet sig til en selvstændig institution i samfundet, og blevet stærkt integreret i andre samfundsinstitutioners virke, således at politikere, organisationer, virksomheder mm. er nødt til at tilpasse sig medierne for at komme til orde gennem medierne ^[7].

Hvad siger de, der mener, at politikerne har fået for stor styring med medierne?

Politikerne fået mere indflydelse på medierne, ved at medierne er blevet mere afhængig af den økonomiske statsstøtte, fordi techplatforme, fald i antallet af betalende mediebrugere og annonceindtægter har udhulet økonomien, som man kan læse i debatartiklen ”Hårde fakta kan forstyrre harmonien: Politikerne må forstå mediernes demokratiske opgave,” ^[20]. I artiklen retter direktør i Teknologiens Mediehus og formand for Danske Medier, Christina Blaagaard, kritik mod det seneste medieforlig, som giver politikerne større mulighed for at beslutte, hvilke medier der skal have mediestøtte og hermed også får større indflydelse på at lukke og slukke for medier, som politikerne ikke bifalder, måske pga. deres kritiske tilgang.

Perspektiv på mediernes magt

Hvordan forsøger medier at eksperimentere med nye former for journalistik, som søger

nye måder at vinde 'magten', engagementet fra læserne og troværdigheden tilbage?

Flere medier er begyndt at arbejde målrettet med at dyrke genren konstruktiv journalistik. Konstruktiv journalistik blev som genre skabt i et ønske om at fortælle mere nuancerede nyheder, pege på løsninger og øge engagement og involvering fra mediebrugerne. Målet er at bringe mere håb og handling ind i journalistikken. I dag arbejder mange medier med at lave mere konstruktiv journalistik – også mediebureauer som Ritzaus bureau, der leverer nyhedstelegrammer til de øvrige medier, har indført konkret retningslinjer for konstruktiv journalistik – fx fokus på kontekst, perspektiv, handling og løsninger, som man kan læse i artiklen ”Konstruktiv journalistik – sådan arbejder Ritzau med denne genre” på Ritzau.com ^[21].

Hvordan vurderer eksperter, at teknologien kan overtage demokratiet, hvis tendensen fortsætter?

I et tankeeksperiment undersøger forskere fra RUC, hvad der kan ske, hvis vi ikke forholder os til, at algoritmer får stadigt større indflydelse på medierne og mediebrugernes medieforbrug. Og herved også kan tage styringen med mediebrugernes viden om samfundet og grundlag for at deltage i den demokratiske samtale. ”Algoritmerne kan reelt erstatte demokratiske valg, politiske beslutninger, politikerne og i sidste ende demokratiet som sådan,” skriver forskerne i kroniken ”RUC-forskere: Demokratiet bliver til et algokrati, hvis vi ikke passer på” på Politiken.dk ^[22].

Citerede kilder



1. Medier, politik og samfund

BOG

Christian Elmelund-Præstekær, David Nicolas Hopmann
Hans Reitzels Forlag, 2016



2. Medieudviklingen, 2023

RAPPORT

DR Analyse: januar 2024



3. AI kommer til at påvirke alle led i den journalistiske værdikæde

ARTIKEL

Rose Marie Pontoppidan Thyssen
Journalisten, 09-11-2023



4. Medieansvarsloven

LOVGIVNING

Pressenævnet, 2014



5. Danskernes brug af nyhedsmedier 2022

RAPPORT

Kim Christian Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaar...
Roskilde Universitet 2022



6. Reuters Digital News Report 2023

RAPPORT

Reuters, 2023

 7. Tangoen mellem medier og politikere**KOMMENTAR**

Erik Albæk, Claes de Vreese:

Berlingske, 26-10-2016

 8. Politikere er blevet deres egne massemedier**ARTIKEL**

Katrine Villarreal Villumsen

mm.dk, 24-03-2019

 9. Medierne har magt i Danmark**ARTIKEL**

DR Skole, 23-11-2021

 10. Lov om offentlighed i forvaltningen**LOVGIVNING**

Retsinformationen, 12-06-2013.

 11. Generating change - A global survey of what news organisations are doing with AI**RAPPORT**

Charlie Beckett, Mira Yaseen

The London School of Economics (LSE)

 12. Danskernes brug af nyhedsmedier 2023**RAPPORT**

Kim Christian Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaard...

Roskilde Universitet 2023

-  13. Mediernes udvikling i Danmark –
Annonceomsætning 2021
RAPPORT
Kulturministeriet: september 2021
-  14. Nye tal bør kalde på refleksion hos danske
annoncører
PRESSEMEDDELELSE
Danske Medier: 19-04-2024
-  15. Økonomisk fremgang hos danske fagmedier
PRESSEMEDDELELSE
Publicity: 09-05-2023
-  16. Falske nyheder blev delt mere end de sande i
USA-valgkamp
ARTIKEL
Ritzau
dr.dk, 17-11-2016
-  17. Russiske troldehære, fake news og
påvirkningskampagner: Sådan vil sociale...
ARTIKEL
Marcel Mirzaei-Fard
dr.dk, 18-10-2020
-  18. TV 2, DR og B.T. sender åbent kritisk brev til
Meta
ARTIKEL
Sebastian Goss

Sebastian Goos

Journalisten.dk, 19-04-2024

 19. Presseetiske regler**HJEMMESIDE**

Journalistforbundet.dk

 20. Hårde fakta kan forstyrre harmonien:
Politikerne må forstå mediernes...**KOMMENTAR**

Christina Blaagaard

Altinget, 07-10-2022

 21. Konstruktiv journalistik - sådan arbejder
Ritzau med denne genre**ARTIKEL**

Ritzau

Ritzaus Bureau

 22. RUC-forskere: Demokratiet bliver til et
algokrati, hvis vi ikke passer på**KRONIK**

Sine N. Just ,Jannie Møller Hartley, Eva Mayerhöffer, Morten...

Poltiken, 23-03-2024

 23. Vi har et dysfunktionelt demokrati**KOMMENTAR**

Lisbeth Knudsen

Altinget, 11-06-2021

 24. Søren Pape Poulsens død genantænder

debat: Er det politiske miljø for hårdt?

ARTIKEL

Jeppe Schropp

Kristeligt-Dagblad.dk, 03-03-2024