



## På vej mod en stærk 'Nordisk Mediemodel'

Notat fra Nordisk Journalistcenter, Aarhus – december 2019

Norden er for alvor blevet trendsætter på kultur- og medieområdet.

Det nordiske dramasamarbejde på tv-området har fået en unik position og har styrket nordisk kultur og identitet på tværs af sprog og generationer. Dramaserier er blevet kæmpe succeser, der eksporteres – ikke bare til nabolandene, men også internationalt.

Langt mere nordisk litteratur og lyrik oversættes bredt og har dannet skole.

Nordic cuisine er blevet en hædersbetegnelse for eksperimenterende mad med lokal forankring.

Der er behov for at få disse eksempler og enkelt områder til at spille sammen i omverdenens billede af det nordiske. Vores ambition må være, at Norden som trendsætter ikke skal være en hemmelighed.

På medieområdet er de nordiske lande udfordret og forandringer er påkrævet. Men inden vi dyrker forfaldshistorien om et årti med 'digital disruption' og hård konkurrence fra gigantiske, udenlandske tech-aktører skal det nævnes, at medierne i den nordiske region trods alt klarer sig bedre end medier i andre dele af verden.

Et par opmuntrende tal fra Reuters Digital News Report 2019 og EU-kommissionen illustrerer de nordiske mediers førerposition:

- Norden er den region i verden, hvor forbrugerne er mest villige til at betale for online news. 34 procent af nordmændene og 27 procent af svenskerne betaler for digitale nyheder, og tallet er støt stigende, mens tallene i de fleste andre lande er stagnerende på et niveau omkring 11 procent (gennemsnit)
- Norden er den region i verden, der står stærkest, når det handler om "trust". Det vil sige brugernes generelle tillid til nyhedsmedierne. 59 procent af finnerne, og 57 procent af danskerne siger, at de har tillid til medierne, mens Frankrig ligger på 24 procent og USA 32 procent. Blandt de forskellige medietyper er det public servicemedierne i Norden (SR, SVT, DR, NRK og Yle), der uden sammenligning

scorer højest på "trust". Trustbarometeret er dog også i Norden faldet lidt de seneste år.

- De nordiske lande er i spidsen for den digitale udvikling. Norden topper EU-kommissionens digitale indeks for 2019, der omfatter 28 medlemslande. Finland rangerer som nummer et, Sverige nummer to og Danmark fire. Det viser Digital Society (DESI) -indekset, Europa-Kommissionens værktøj til overvågning af medlemsstaternes digitale udvikling. Norden fører i fire ud af fem underområder: Danmark er bedst i EU med hensyn til bredbånd og brugen af Internettet, mens Finland er bedst inden for menneskelig kapital og digitale offentlige tjenester.

På den baggrund giver det god mening at tale om en særlig 'Nordisk Mediemodel'. En model, der byder sig til lokalt og internationalt midt i den store omstilling og forandring af medier, journalistik og kultur. Den nordiske mediemodel er karakteriseret ved:

- en stærk public service-tradition med kulturelle forpligtigelser,
- en public service-tradition, der illustrerer, at armslængde princippet og uafhængig journalistik kan praktiseres af medievirksomheder, der sikres af staten,
- en relativt høj nordisk tillid til journalistisk redigerede medier,
- en markant værdiprofil på presse- og ytringsfrihed,
- en intensiv satsning på lokal journalistik og på undersøgende journalistik,
- en stærk privatsektor med konkurrerende medier og
- en kulturjournalistik, der formidler mange former for kultur

Borgerne i Norden ser en klar sammenhæng mellem journalistiske medier og demokrati. Et flertal mener fortsat, at journalistisk redigerede medier er afgørende og nødvendige for et oplyst samfund.

Den Nordiske Mediemodel er dog ikke nogen fuldstændig "løsning" på de indholdsmæssige og markedsmæssige udfordringer. Ekstrem omstillingsvillighed og stram styring er dagsordenen.

De nordiske medier rammes stadig hårdt af den teknologiske og demografiske udvikling:

- Unge, der vil have nyheder fra sociale medier og som kun bruger 'smartphones for news'.
- En forretningsmodel, der har fået hård konkurrence fra store, udenlandske tech-aktører.
- Medieforbrugere, der bruger mindre tid på nyheder i radio og TV, køber færre aviser og har problemer med tilliden til de traditionelle medier.
- Medier og journalister lægges for had: 'Fake news' er blevet et begreb for kritik af mediernes research og sandhedsværdi.

Krisen for de etablerede medier har skabt nye trusler mod mediernes styrke og rolle i samfundet. Det sætter kultursamarbejdet i Norden på en alvorlig prøve.

I denne situation er det vigtigt, at vi skaber rum for kritikken og løfter opgaven med at videreudvikle og raffinere 'den nordiske mediemodel'.

**Nordisk Journalistcenter** tilbyder i samarbejde med Danmarks Medie- og Journalisthøjskole og andre nordiske partnere sine mange års erfaring med nordisk journalist- og medieuddannelse, de mange års nordiske netværk, der er skabt af kursusdeltagerne på Nordisk Journalistkursus i Aarhus, og en forsknings- og analyse indsats, der allerede har givet sig udslag i en række seminarer og bøger baseret på og rettet til hele det nordiske område. Der er et markant og markeret behov for et center hvor policy og best practises udvikles og hvor både journalistik, kultur og teknologi mødes i løsningsorienteret analyse og handling. Det nordiske skal spille en større rolle end i dag, og dette er centrets raison d'être.

I den nye periode for nordisk kultur- og mediesamarbejde foreslår vi en satsning på følgende områder.

## **1. Den Nordiske Mediemodel:**

Den nordiske mediemodel er unik på flere områder, sammenlignet med såvel det sydlige Europa som øvrige kontinenter. Norden har en snart 100 år lang tradition for stærk Public Service og offentlig sikring, både juridisk og økonomisk, af et mangfoldigt medielandskab. Pluralisme, transparens og politisk armslængde er veletablerede værdier, som såvel branche som befolkning og lovgivere respekterer og værner om.

NJC vil facilitere en åben analyse og udviklingsproces mellem medier og indholdsproducenter med henblik på en definition og konkretisering af det nordiske særkende. Processen vil munde ud i et seminar hvor analyser, casestudier og forslag bindes sammen i en publikation.

På denne måde kan både det kulturelle i Norden og en benchmarking mediemodel præsenteres udadtil. Måske en ny eksportvare for det nordiske samarbejde.

### **1a. Et nordisk svanemærke for mediebranchen.**

Diskussionen om 'fake news' og disinformation har ført til faldende tillid – både til traditionelle medier og til nye, sociale medier. Samtidig er antallet af online, såkaldte 'partisan' nyhedsmedier med en politisk agenda eksploderet i Norden.

Det stiller nye krav til mærkning af medier, der er journalistisk redigerede, tager ansvar for indholdet og som følger de presseetiske regler. Vi foreslår en mærkningsordning i stil

med svanemærket. En mærkning, der uddeles af pressens organisationer i de nordiske lande, og som indikerer to forhold:

- at mediet er tilknyttet det selvregulerende pressenævn/press council
- at mediet følger og respekterer de presseetiske regler

### **1b. En styrkelse af den undersøgende journalistik.**

Undersøgende og dybdeborende journalistik, gravende journalistik, datajournalistik. Kært barn har mange navne. Den undersøgende journalistik har haft fremgang i Norden de senere år. Programmer som Operation X, Kontant, Uppdrag Granskning, Kaliber og talrige priser til graverredaktioner på trykte medier vidner om, at genren er værdsat, både af redaktører og af læsere, lyttere og seere.

Men når lokale og regionale dagblade i Norden oplever faldende annonceindtægter, sivende oplag og massive nedskæringer, så er det ofte den omkostningstunge, undersøgende journalistik, der nedprioriteres.

Forskningsprojekter i Danmark, Norge og Sverige viser, at den undersøgende journalistik er mindsket og andre steder fuldstændig fraværende i de lokale nyheder.

Det er en alvorlig udvikling. Et frit og demokratisk samfund, hvor magten udfordres og undersøges, er helt afhængig af professionel og stærk journalistik, ikke mindst lokalt og regionalt.

Derfor er der et særligt behov for en styrkelse af den undersøgende journalistik på lokale og regionale medier. Vi foreslår, at man undersøger muligheden for at oprette et **nordisk center for undersøgende journalistik**. Centeret kunne tage udgangspunkt i de erfaringer, der allerede findes i Norden i institutioner som SUJO i Bergen, JMG i Göteborg og NJC i Aarhus.

### **1c. Media Literacy**

I en tid og verden, hvor de fleste har ubegrænset adgang til uendelige mængder af information, øges både journalisternes, borgernes og beslutningstagernes behov for at kunne skelne mellem journalistik vs. propaganda, facts vs. fakes og "news" vs. "views". BBC's generaldirektør Tony Hall har udtrykt det således: *"Mens Googles opgave er at organisere informationsmængden, er det mediernes opgave at forstå den. Og at hjælpe borgerne med at forstå den"*. Norden, og især Sverige, er langt med at udvikle diverse programmer indenfor såkaldt "media literacy" ("Medie- og Informationskunnighet") (MIK). NJC vil i de kommende år indarbejde disse erfaringer i efteruddannelsen af journalister.

## **2. Løsningsorienteret journalistik:**

NJC vil fremme den løsningsorienterede journalistik, det vil sige den journalistik, der inddrager borgere, forskere, politikere og virksomheder og viser, hvordan vi handler og løser vigtige samfundsproblemer. Løsningsorienteret journalistik er en metode, der supplerer traditionel journalistik med mere fokus på at undersøge løsningerne. Der er allerede blandt nordiske medier stor interesse for at udfordre en journalistik, der mest fokuserer på problemer og konflikter. Mange ønsker en mere konstruktiv journalistik. Her kan NJC udvikle og formidle konkrete og praktiske metoder. Den løsningsorienterede journalistik skal ikke erstatte den kritiske, men komplementere den, så læsere/lyttere/seere/borgere får et samlet og mindre fragmentarisk verdensbillede. Ikke mindst på to områder, klimaforandringer og udviklingen i Arktis, vil der i de kommende årtier være brug for at befolkninger og beslutningstagere via medierne får en perspektiveret viden, der både peger på udfordringer og løsninger. Hvert år gennemføres et stort antal vigtige projekter inden for det nordiske samarbejde, som bidrager til at forstærke demokratiet og kulturen i det integrerede Norden. NJC og de nordiske medier kan bidrage til, at vi får øje på de gode løsninger i nabolandene og øger livskvaliteten generelt.

## **2a. Klima**

Der er behov for, at vi udvikler journalistikken om klimaændringerne i en mere konstruktiv retning. Læserne er trætte af at lytte til medier, der udelukkende vinkler på meget dystre fremtidsperspektiver. Derfor skal der mere fokus på, hvordan vi inspirerer og giver håb – og hvordan vi sikrer, at demokratiet forbliver udgangspunktet, selv om verden ændres radikalt omkring os.

NJC vil forsøge at udvikle et kreativt netværk af journalister fra hele Norden. Vi vil skabe 'Nordic network for climate reporting', der får til opgave at samle, udvikle og inspirere især den lokale og regionale klimajournalistik.

## **2b. Arktis**

Ændringerne i det arktiske område går nu så stærkt, at der skal helt nye strategier til. Den globale opvarmning sker med dobbelt hast i Arktis – og hele verden følger med. Det handler ikke kun om afsmeltningen af den arktiske havis, udfordrede isbjørne eller tøende permafrost. I havet er vigtige fiskebestande i bevægelse – mod nord. Havpattedyr får ændrede levevilkår, og på land ændres græsningsarealerne, så renerne får sværere ved at finde føde. Samtidig rummer klimaforandringerne nye muligheder og potentialer for vækst i transport, landbrug og minedrift i områder, der i dag ligger under – eller er dækket af is. Derudover handler klimaændringerne om sikkerhedspolitik, teknologiske udfordringer, sociale omvæltninger og store økonomiske interesser. At følge udviklingen i det arktiske må være en klar fællesnordisk interesse.

NJC satser kort sagt på at udbygge og forny sit fokus på at skabe en nordisk medie merværdi gennem et eksisterende mangeårigt netværk og et forum for udvikling af en aktualiseret og markant, nordisk mediemodel.

Den nordiske model står potentielt stærkere end nogensinde før. NJC er skabt for at eksponere dette potentiale.