

NOTAT

28. februar 2013

DR's og andre mediers anvendelse af nyheder på internettet

I Medieaftalen for 2012-2014 indgået den 9. oktober 2012 af samtlige Folketingets partier med undtagelse af Liberal Alliance indgår følgende om gennemførelse af et udredningsarbejde om DR's og andre mediers anvendelse af nyheder på internettet til brug for forhandlingerne med DR om en ny public service-kontrakt:

"Til brug for forhandlingerne med DR om en ny public service-kontrakt for 2012-2014 skal der gennemføres et udredningsarbejde med inddragelse af relevante aktører om DR's anvendelse af egenproducerede nyheder og nyheder fra dagbladene m.v. (bl.a. ved "dybe links") på DR's internetsted, herunder på de regionale sider. Udredningen skal også omfatte en kortlægning af, hvordan andre medier anvender DR's egenproducerede nyheder."

Nedenfor følger på baggrund af medieaftalen udredningsnotat med følgende 3 faktuelle beskrivelser, som Kulturministeriet har udarbejdet med inddragelse af DR, Danske Medier, TV 2/DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder:

1. Regler og principper for udveksling af nyheder
2. Det organisatoriske set-up for udveksling af nyheder
3. DR's anvendelse af egenproducerede nyheder og nyheder fra dagbladene mv på DR's internetsted og andre mediers brug af DR's nyheder.

0. Indholdsfortegnelse

1. Regler og principper for udveksling af nyheder
 - 1.1. Citatretten
 - 1.2. Former for citathistorier
 - 1.3. Markedsføringsloven
 - 1.4. "Linking"
2. Det organisatoriske set-up for udveksling af nyheder
 - 2.1. De vigtigste nyhedsaktører
 - 2.1.1. Trykte medier
 - 2.1.2. Radio og tv
 - 2.1.3. Internetbaserede medier (netaviser)
 - 2.1.4. Nyhedsbureauer
 - 2.2. Rammevilkårene for produktion af nyheder
 - 2.3. Den journalistiske fødekæde
 - 2.3.1. 1999-nyhedsundersøgelsen
 - 2.3.2. 2008-nyhedsundersøgelsen
3. DR's anvendelse af egenproducerede nyheder og nyheder fra dagbladene mv. på DR's internetsted og andre mediers brug af DR's nyheder
 - 3.1. Nyheder på danske netmedier generelt
 - 3.2. DR's public service-forpligtelser på nyhedsområdet
 - 3.3. De private mediers vedtægtsmæssige forpligtelser
 - 3.4. DR's produktion og anvendelse af nyheder på nettet mv.
 - 3.4.1. Redaktionel praksis – DR.dk
 - 3.4.2. Redaktionel praksis og samspillet med øvrige lokale medier – DR's regionale sider
 - 3.4.3. DR's egenproducerede nyheder på DR's internetsted i forhold til andres nyheder
 - 3.5. Andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede nyheder
 - 3.6. Forskningsbaseret undersøgelse (2012-tal)

Bilag 1: Notat vedrørende originale nyhedsproducenter i 1999 og 2008

Bilag 2: Eksempler på formål for private medier

Bilag 3: Notat vedr. DR's markedsposition for digitale nyhedsites

Bilag 4: Nyhedsfeeds på DR.dk/P4

Bilag 5: Retningslinjer for links til DR.dk

Bilag 6: Standardregler for links udformet af Danske Dagblades Forening

Anvendt litteratur

1. Regler og principper for udveksling af nyheder

Udveksling af nyheder mellem nyhedsmedier sker i princippet enten gennem aftalebaseret brug af nyheder fra nyhedsbureauer og andre medier eller ved, at medierne følger op på de historier, der udgives af andre medier.

1.1. Citatretten

Mediernes opfølgning på historier, der udgives af andre medier, vil i vid udstrækning kunne finde sted med henvisning til citatbestemmelsen i ophavsretslovens § 22, der giver adgang til, at man frit kan citere fra en andens værk (f.eks. en avis- eller tidsskriftsartikel), såfremt det sker i overensstemmelse med god skik og i det omfang, som betinges af formålet. Ved citat er der pligt til navne- og kildeangivelse, jf. ophavsretslovens § 11, stk. 2.

Citatretten er en af de grundlæggende indskrænkninger i den ophavsretlige eneret efter ophavsretslovens § 2. Bestemmelsen i ophavsretslovens § 22 gør det således bl.a. muligt i den offentlige debat at citere andre debattørers synspunkter, uden at ophavsmanden til det værk, der citeres fra, skal give samtykke eller kan kræve vederlag.

Det følger af forarbejderne til ophavsretsloven, at der for pressen gælder en ret til adgang til citat af aktuelle artikler som bidrag til den aktuelle debat og diskussion. M.h.t. avisers og tidsskrifters adgang til citat af artikler fra andre aviser og tidsskrifter udtales det bl.a., at "der er en ret til adgang til citat af de aktuelle artikler, der fremkommer i andre blade som bidrag til den løbende diskussion" – dvs. den aktuelle debat om "politiske, økonomiske, religiøse, kulturelle og andre spørgsmål". Citatet må her "efter omstændighederne kunne omfatte meget store dele af artiklen", bl.a. under hensyn til artikelforfatterens egen interesse i en korrekt citering og en videst mulig udbredelse af hans eller hendes synspunkter. Normalt vil man dog ikke med hjemmel i citatreglen kunne "gengive hovedparten" af en artikel, specielt ikke, hvis det er en "længere artikel eller en artikel, der har karakter af en afhandling".

Et eksempel på pressens særligt vide citatret er en utrykt dom fra Østre Landsret af 28.6.1991 (Alt for Damerne), hvor et dagblad bragte et uddrag på en fjerdedel af en artikel i et ugeblad. Dette fandtes ikke at gå ud over, "hvor der må antages at være en udbredt skik, når et dagblad orienterer sine læsere som led i dækningen af en aktuell begivenhed". Der er dog ikke ubegrænset adgang til citat inden for pressen. Hvis en avis citerer omfattende uddrag af en artikel fra en anden avis, kan citatretten være overskredet. Fra retspraksis om grænserne for lovligt citat kan eksempelvis nævnes en Østre Landsretssag fra 1999 – U 1999.1462 Ø (Billed Bladet) – hvor ca. 90%

af en artikel i et ugeblad bestod af citater fra en bog om kronprins Frederik, og hvor citatretten blev anset for overskredet.

Der er ingen regler i ophavsretsloven om adgangen til at referere fra beskyttede værker. Dette skal ses i lyset af, at gengivelse af et værks idé eller hovedindhold ikke omfattes af den ophavsretlige beskyttelse. Der er således ikke noget ophavsretligt til hinder for at referere nyheder, som er gengivet i pressen, se hertil højesteretsdommen i sagen U 1987.882 H om en online-avis, der indeholdt referater af nyhedsartikler i dagblade. I sagen blev ophavsretten til dagbladsartiklerne ikke anset for krænk

I U 2003.1063 SH (Newsbooster) er det afgjort, at citatretten overtrædes, hvis en nyhedstjeneste systematisk bringer uddrag fra andre medier. I sagen linkede en internettjeneste – Newsbooster – fra sin hjemmeside og fra email-nyhedsbreve direkte til dagbladsartikler på internettet, uden at man som bruger skulle navigere via forsiderne på de forskellige internetmediers hjemmesider (deep-linking¹), samt gengav overskrifter fra dagbladsartiklerne. Newsbooster producerede ikke selv nyheder, men fungerede alene som en nyhedssøgetjeneste. Newsboosters virksomhed var således ikke sammenlignelig med netmediers virksomhed. Ved Sø- og Handelsrettens afgørelse blev det indledningsvist konstateret, at de tekstsamlinger af overskrifter og artikler, der udgør en del internetmedier, er databaser, der nyder beskyttelse efter ophavsretsloven. Herefter blev der lagt vægt på, at forudsætningen for internettjenestens kommercielle virksomhed var de pågældende dagbladsartikler, som der linkes til, at disse dagbladsartikler var forretningsgrundlaget for de internetmedier, internettjenesten linker til, at internettjenestens nyhedsformidling konkurrerede med de internetmedier, som der linkes til, og at internettjenesten kunne forringe annonceværdien af dagbladenes hjemmesider og dermed nedsætte deres indtjeningsmuligheder i bannerannoncer mv.. På den baggrund fandtes, at internettjenestens virksomhed krænkede databeskyttelsen, idet den skadede de dagblade, der havde oprettet internetmedier, på urimelig vis, og at internettjenestens anvendelse af dagbladenes overskrifter og dybe links til artikler ikke lå inden for citatretten i ophavsretslovens § 22, jf. også nedenfor i afsnit 1.4 om ”linking”.

1.2. Former for citathistorier

Der kan grundlæggende skelnes mellem to former for citathistorier:

- Citathistorie med nye oplysninger og vinkler
- ”Ren” citathistorie.

I førstnævnte kategori citeres originalkilden som regel enten i form af et eller flere citater og/eller en henvisning til originalkildens research, etc. I disse artikler bidrager det citerende medie med oplysninger eksempelvis i form af flere og nye kilder, nye oplysninger, ”egne interviews” etc. Det kan også være artikler, hvor et medie på baggrund af flere andre medier skriver en artikel. Et eksempel kunne være en arti-

¹ Ved ”deeplinks” linker man direkte til en underside eller en fil, der ligger på en hjemmeside, og hvor man ”surfer over” på den side, der linkes til.

kel om dagbladenes lederskribenters holdning til en given sag eller en oversigt over en række mediers anmeldelse af en film.

Disse artikler adskiller sig fra "rene" citat-historier ved at være opfølgninger og viderebearbejdning af historier, som er på nyhedsdagsordenen.

En "ren" citathistorie vil typisk bestå af to-tre citater og kort referere originalartiklen, uden at det citerende medie har tilført noget nyt, og artiklen vil have tydelig kildeangivelse.

1.3. Markedsføringsloven

Markedsføringsloven, der i generalklausulen i § 1 forbyder handlinger, som strider mod god markedsføringsskik, beskytter i et vist omfang mod slavisk kopiering og illoyal markedsfortrængning. Citater fra dagbladsartikler og lign., som opfylder betingelserne i citatbestemmelsen i ophavsretslovens § 22, vil i almindelighed heller ikke være i strid med markedsføringslovens § 1. Forskellige tilfælde af "linking" kan imidlertid være i strid med god markedsføringsskik, jf. nedenfor i afsnit 1.4.

1.4. "Linking"

Brugen af links udgør en nødvendig og integreret del af internettet, og det giver i almindelighed ikke anledning til juridiske problemer at lave links til materiale, som lovligt er gjort tilgængeligt på nettet.

Det er uafklaret i dansk retspraksis og litteratur, hvordan man ophavsretligt skal forholde sig til links til materiale, som er lagt på internettet med ophavsmandens samtykke. Diskussionen drejer sig om, hvorvidt linking skal anses som en offentlig fremførelse i ophavsretslig forstand, som ophavsmanden skal give lov til efter ophavsretslovens § 2. Uanset denne diskussion ligger det imidlertid klart, at det er forbudt at deeplinke til et værk, som nogen ulovligt har lagt på nettet uden at få lov af ophavsmanden. Det fremgår af U 2001.1572 V (deeplinks), hvor der var etableret direkte links til MP3-filer med beskyttet musik².

I U 2003.1063 SH (Newsbooster) omtalt ovenfor i afsnit 1.1. stadfæstedes fagedforbud mod deeplinks til avisartikler på internettet. De dybe links i Newsbooster-sagen fandtes ikke alene ikke at være omfattet af citatretten, men blev endvidere ud fra tilsvarende hensyn anset for at være i strid med god markedsføringsskik og dermed med markedsføringslovens § 1 – dvs. bl.a. henset til, at forudsætningen for internet-tjenesten Newsboosters kommercielle virksomhed med dybe links var, at internet-medier producerer materiale, hvortil der kan linkes, at det af Newsbooster anvendte materiale udgjorde forretningsgrundlaget for de medier, hvortil Newsbooster linkede, at Newsboosters nyhedsformidlingstjeneste med dybe links til dagbladene var i konkurrence med disse, og at Newsbooster kunne forringe annonceværdien af dagbladenes hjemmesider.

² I den pågældende sag blev de besøgende ved et klik på det direkte link ført hen til det sted (på en anden hjemmeside el. lign.), hvor det ønskede musikstykke var uploadet (tilgængeliggjort). Indehaverne af hjemmesiderne blev med disse links anset for at have "medvirket til den kopiering af beskyttede musiknumre, som besøgende på hjemmesiderne foretog" – og dermed medvirket til overtrædelse af ophavsretsloven.

De juridiske grænser i markedsføringsloven for anvendelse af dybe links var også til prøvelse i U 2006.1564 SH (Ofir). I sagen fandtes det ikke at være i strid med markedsføringslovens § 1, at der på en hjemmeside blev stillet dybe links til ejendomsannoncer på andre hjemmesider til rådighed (sagen vedrørte ikke vurdering af links efter ophavsretsloven). I dommen antog man bl.a. det synspunkt, at søgemaskiner var en almindelig og nødvendig del af internettet, samt at når man offentliggjorde materiale på nettet, måtte man forvente, at der blev oprettet deep-links til dette materiale³.

2. Det organisatoriske set-up for udveksling af nyheder

Produktionen af nyheder i Danmark kan anskues som et ”*økosystem*”, som udgøres af pressen og de rammevilkår under hvilke pressens produktion af nyheder foregår.

Ved *pressen* forstås en række aktører, der deltager i nyhedsproduktionen som producerende journalister eller på anden vis, og som indgår i et indbyrdes samspil og afhængighedsforhold om udveksling af indhold mv. Den indbyrdes udveksling af det producerede indhold kan defineres som *den journalistiske fødekæde*.

Pressen kan med andre ord med en fælles betegnelse beskrives som en række konkurrerende virksomheder og organisationer, der producerer nyheder mv., som tilbydes borgerne via en række outlets (trykte medier, radio, tv mv.)⁴. Produktionen fra disse producenter udgør den samlede nyhedsproduktion, der distribueres via en række forskellige kanaler⁵.

Samlet set medvirker de involverede aktører til at opretholde det danske økosystem for produktion og distribution af nyheder i bred forstand.

I det følgende beskrives overordnet de vigtigste danske producerende nyhedsaktører, rammevilkårene for produktion af nyheder samt den journalistiske fødekæde.

2.1. De vigtigste nyhedsaktører

I dette afsnit gives en overordnet beskrivelse af de centrale nyhedsaktører i det danske nyhedslandskab. Overordnet kan de opdeles i trykte medier, radio- og tv, internetbaserede medier og nyhedsbureauer, idet det er væsentligt at skelne mellem produktion og distribution af redaktionelt indhold.

³ I sagen tillagde retten det også betydning, at der ikke i noget væsentligt omfang bestod et direkte konkurrenceforhold mellem parterne i sagen, uanset at de omhandlede hjemmesider hver især var platforme/markedspladser for udbudte faste ejendomme til salg på internettet.

⁴ I ”Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse” (2002) anfører Anker Brink Lund bl.a.: ”Selvom det i dagens Danmark forekommer misvisende at tale om „pressen“ eller „medierne“ i bestemt form som en formaliseret enhed, kan vi på tværs af de mange enkeltstående og konkurrerende kanaler identificere en ensartet journalistisk redigering af det politiske liv. Fællesmængden udgør *nyhedsproduktionen* i sociologisk forstand. Herved mener jeg et socialt netværk af relationer, der gennem professionaliserede normer og rolleforventninger regulerer og former formidlingen af nyheder.” Anker Brink Lund skitserer i samme ”...den institutionaliserede nyhedsformidling ... som et offentligt rum uden fysiske grænser, der både redigerer og bliver redigeret af aktører med forskellige interesser, kompetencer og muligheder for at øve politisk indflydelse.”

⁵ Begrebet ”pressen” vil i dette udredningsnotat blive anvendt som ramme for det organisatoriske setup i hvilket nyheder produceres i dansk kontekst.

⁶ Lund, 2002: s. 19.

2.1.1. Trykte medier

De trykte medier kan opdeles i ugeaviser, lokale dagblade, regionale dagblade, landsdækkende dagblade, fagblade og gratisaviser.

Ugeaviser

Gratis husstandsomdelte ugeaviser er lokalt forankrede publikationer med redaktionelt indhold, der uddeles gratis til alle husstande i et givet område. En ugeavis udkommer typisk én gang om ugen, enkelte har dog flere udgivelser. Mediet er annoncebærende og fordeles derfor ofte ud fra handelsdistrikter.

Lokale dagblade

Lokale dagblade er lokalt forankrede publikationer med redaktionelt indhold, der udkommer i et afgrænset geografisk område (lokalt). De lokale dagblade er typisk seks-dages aviser. Eksempler på lokale dagblade er Fredericia Dagblad og Helsingør Dagblad. De lokale dagblade producerer redaktionelt indhold med lokale forhold som primært fokus. Et sådant indhold er væsentligt i det lokale område, men er typisk ikke af national interesse⁷.

Regionale dagblade

Regionale dagblade er regionalt forankrede publikationer med redaktionelt indhold, der udkommer i et afgrænset geografisk område (regionalt). De regionale dagblade producerer selvstændigt redaktionelt indhold – typisk en kombination af lokalt indhold på særlige lokalsider målrettet et bestemt område samt fællessider med bredere nyheder. Til forskel fra de lokale dagblade udkommer de regionale dagblade i et større geografisk område. Eksempler på regionale dagblade er JydskeVestkysten og Nordjyske Stiftstidende.

Landsdækkende dagblade

Landsdækkende dagblade dækker over blade som Politiken, Jyllands-Posten, Berlingske og Dagbladet Børsen. Desuden omfatter de formiddagsblade som Ekstra Bladet og BT samt mindre landsdækkende dagblade med særlig fokus på bestemte emner såsom Dagbladet Information, Dagbladet Arbejderen og Kristeligt Dagblad. Alle de landsdækkende dagblade satser på at levere original journalistik baseret på egen research, men i lighed med de fleste andre gør de typisk ligeledes brug af nyhedsbureauer, citater og inspiration fra internationale aviser og netmedier mv.

Morgenbladene kan købes i hele landet og har typisk primært redaktionel fokus på emner af national karakter. Formiddagsbladene er dog karakteristiske ved at levere indhold med fokus på kendte, underholdning, sport og graver-journalistik (ofte med en afslørende vinkel). De mindre landsdækkende dagblade leverer typisk redaktionelt indhold inden for bestemte emner eller med en bestemt vinkling, men har ligeledes en vigtig rolle i fødekæden.

Gratisaviser

MetroXpress og 24 Timer er de sidste to tilbageblivende såkaldte trafikaviser. De henvender sig især til pendlere og yngre læsere, der har tid til nyhedsformidling,

⁷ Lund, 2000: s. 146

mens de lader sig transportere. Aviserne taber oplag, primært fordi flere orienterer sig på deres smartphones eller tablets. En tredje gratisavis er ugeavisen Søndagsavisen, som udgives i 23 lokale udgaver og husstandsomdeles hver weekend til 1,2 mio. husstande.

Specialmedier

Specialmedier omfatter fagblade og magasiner, dvs. uge- og månedsblade, samt specialmedier, herunder kommercielt udgivne blade. Fagblade udgives af interesseorganisationer som eksempelvis Forbrugerrådets Tænk og Ugebrevet A4, og specialiserede magasiner omfatter eksempelvis Mandag Morgen og RÆSON. Disse blade er formidlere og ofte producenter af originalt journalistisk indhold inden for de emneområder, som det pågældende medie behandler.

2.1.2. Radio og tv

For tv gælder, at den primære nyhedsproduktion og formidling sker via den samlede public service programvirksomhed, mens nyhedsproduktionen og formidlingen på radioområdet sker via virksomheden fra såvel public service-udbydere og et stort antal kommercielle lokal- og regionalradioer med et publicistisk udgangspunkt.

Public service-udbydere

DR sender nyheder på radio, tv og net, med redaktioner i DR Byen i København og i ni distrikter rundt om i landet. TV2/DANMARK A/S sender landsdækkende nyheder på tv på både sin hovedkanal TV 2 og på TV2 News med redaktioner i Odense og København. Hertil kommer nyheder på TV2.dk. De regionale TV 2-virksomheder sender tv-nyheder med regionalt udgangspunkt på TV2/DANMARK A/S' hovedkanal TV 2 og på de regionale TV 2-virksomheders 24 timers regionale kanaler samt nyheder på nettet. Taleradiokanalen Radio 24/Syv har egen nyhedsredaktion med fokus på især nationale og internationale nyheder. Rammer og krav til public service-udbydernes virksomhed er navnlig fastsat i radio- og tv-lovgivningen og public service-kontrakter mv. Ifølge radio- og fjernsynslovens § 10 skal den samlede public service-virksomhed via fjernsyn, radio og internet el. lign. sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Nyhedsdækningen på den femte FM-radiokanal NOVA FM indgår ligeledes i den samlede public service-virksomhed.

Kommercielle lokal- og regionalradioer

Der findes et stort antal kommercielle publicistiske lokal- og regionalradioer med produktion og formidling af nyheder. Disse har ofte en tilknytning til et lokalt eller regionalt mediehus som eksempelvis ANR i nordjylland, der er ejet af Nordjyske Medier.

Den landsbaserede radiostation Pop FM (FM 6) får leveret nyheder af dagbladet BT.

2.1.3. Internetbaserede medier (netaviser)

Opdaterede nyhedssites på mobile platforme og computere. Overordnet kan der skelnes mellem fritstående internetmedier og netaviser tilknyttet de traditionelle nyhedsmedier.

Netaviser udgives især af nyhedsformidlere, der oprindeligt kommer fra andre distributionsformer: dagbladene samt DR, TV2/DANMARK A/S og regionale radio- og tv-stationer.

Der findes også en række fritstående internetmedier som Altinget og Avisen.dk. Altinget.dk er et politisk nyhedssite, der udelukkende udkommer på nettet med fokus på egenhistorier om dansk politik. Avisen.dk har særlig fokus på arbejdsmarkedsindhold.

2.1.4. Nyhedsbureauer

Nyhedsbureauer driver virksomhed ved at indsamle, bearbejde og videreformidle nyheder til deres kunder (typisk "business to business"). Nyhedsbureauerne har en vigtig rolle som distributører af indhold - særligt fællesstof.

Det største nyhedsbureau i Danmark er Ritzau, der er ejet af de fleste dagblade og DR i fællesskab med det formål at levere fundamentet for den nationale nyhedsformidling. Ritzau tilbyder journalistisk indhold, informationer og service på alle medieplatforme til udgivere, organisationer, politiske institutioner og virksomheder. De enkelte redaktioner bruger også Ritzau til at udsende egne historier med det formål at få andre medier til at citere dem for at øge udbredelsen af nyheden og markedsføre det enkelte nyhedsmedie gennem sine konkurrenter. I denne aftalebaserede kontekst er medierne således selv herre over, hvilke historier, de gerne vil sætte i omløb.

Dagbladenes bureau, der ejes af en gruppe af større og mindre dagblade, leverer især portrætinterviews, featureartikler om samfund og kulturen eller baggrundsartikler.

Berlingske Nyhedsbureau leverer nyheds-observering til især Berlingske-koncernens egne udgivelser digitalt og på papir, men også til kunder såsom Folketinget og en række ministerier. Udenlandske bureauer som Reuters, DPA og AP leverer udlandsdækning i tekst, lyd og billeder til de danske medier.

2.2. Rammevilkårene for produktion af nyheder

Medierne er overordnet set i en gensidig konkurrence om borgernes tid (medieforbrug) og efterspørgsel efter medieplads fra annoncører med henblik på at opnå kontakt med brugerne. Mediernes rammevilkår handler grundlæggende om medieøkonomi – dvs. de vilkår under hvilke pressen producere journalistisk indhold. Produktion af nyheder i en dansk kontekst finansieres traditionelt ved annonce- og/eller abonnementsindtægter for kommercielle virksomheder og ved licensfinansiering af public service-medier. Dertil kommer andre indtægter som fx publikations-, distributions-, og trykkerivirksomhed samt statsstøtte i form af distributionsstøtte og indirekte statsstøtte i form af 0-moms mv.

Medierne påvirkes af den teknologiske udvikling, den øgede internationalisering og udviklingen i forbrugeradfærden og som følge heraf forskydningerne i annonceomsætningen mediegrupperne imellem, samt mellem nationale og internationale aktø-

rer⁸. Denne påvirkning betyder bl.a. at forretningsmodellerne for trykte dagblade er kommet under pres – dels som følge af, at flere fravælger trykte dagblade, med reducerede abonnementsindtægter til følge, dels som følge af, at konkurrencen om annoncekronerne er blevet mere international. Konsekvensen for pressen har været konsolidering og driftstilpasninger.

Overordnet fremtræder det mere og mere tydeligt, at der er tale om en strukturel forandring af mediemarkedet, som betyder at branchen befinder sig i en digital mellemtid, hvor de primært annoncefinansierede nyhedsproducenter afprøver modeller for at finansiere deres fremtidige journalistiske produktion, samtidig med, at forbruget af læste nyheder rykker sig fra tryk til online, mobil og tablet. Det betyder bl.a., at de særligt annoncefinansierede nyhedsproducenter befinder sig i en ny konkurrencesituation, da internationale aktører som Google og Facebook nu konkurrerer med nationale indholdsproducenter om de samme annoncekroner. Desuden er der tale om et generelt prisfald på annoncer, idet net- og mobilannoncering ikke genererer annoncepriser på det niveau, der kendetegner trykt medievirksomhed. Basalt set betyder det, at der er ”gået hul” på finansieringsmekanismen i det danske økosystem, da de annoncekroner, der går til internationale virksomheder, ikke længere anvendes til produktion af dansk indhold. Koblet med det faldende oplag – og deraf afledte faldende abonnementsindtæjning – stiller det særligt den trykte del af pressen, men ligeledes kommercielt finansierede nyhedsproducerende fritstående internetmedier, samt radio og tv-kanaler, i en hård konkurrencesituation. Abonnementsfinansiering af tv-kanaler har dog generelt i Danmark skabt et rimeligt marked, som ikke på samme måde som den trykte presse er under pres.

De ændrede brugervaner betyder ikke nødvendigvis, at pressen kommer i kontakt med færre borgere samlet set, men nærmere, at de gør det på andre måder og platforme end tidligere. Det udfordrer muligheden for at få finansieret produktionen af nyheder, da der i en dansk kontekst ligesom i en række andre lande ikke har været kutyme for at betale for online indhold. Dele af pressen har desuagtet i den senere tid indført betalingsvægge på nettet. Det er endnu for tidligt at vurdere, hvilken betydning indførelsen af betalingsvægge vil få for anvendelsen af nyheder på internettet – herunder for andre mediers citering af historier, der er hentet bag betalingsvægge, idet det dog bemærkes, at de fleste trykte dagblade hidtil har været finansieret af en blanding af abonnementsbetaling og annonceindtægter, typisk i et nogenlunde ligeligt forhold.

2.3. Den journalistiske fødekæde

Den journalistiske fødekæde kan beskrives som den proces af produktion og videreanvendelse, som sker mellem de forskellige medietyper⁹.

Der er i 1999 og 2008 gennemført to forskningsundersøgelser af den danske journalistiske fødekæde. Begge undersøgelser, herunder deres hovedkonklusioner, beskrives nedenfor. Resultaterne fra 1999-nyhedsundersøgelsen er medtaget af historiske hen-

⁸ Lund, Willig og Blach-Ørsten., 2009; Mediestøtteudvalget, 2011.

⁹ Lund, 2000; 2002; Lund og Willig, 2009.

syn, og 2008-nyhedsundersøgelsens resultater skal behandles med forbehold henset til, at disse er næsten 4½ år gamle.

2.3.1. 1999-nyhedsundersøgelsen

Professor Anker Brink Lund giver følgende kortfattede beskrivelse af set-uppet for udveksling af nyheder i forbindelse med udførelse af den første forskningsundersøgelse af den danske nyhedsstrøm, som var baseret på en uges produktion og leverance af nyheder i 1999, og hvor analyserne af den journalistiske fødekæde i særlig grad satte fokus på dagblade, radio og tv¹⁰: ”De indsamlede data fra nyhedsugen, 1999, tegner en pyramide med fire hovedtyper af nyhedsudbydere. Dagbladene er hovedleverandør af originale idéer, og det dagbladsejede Ritzaus Bureau (RB) fremstår som den helt centrale gatekeeper. Der lånes og viderebearbejdes på kryds og tværs, men RB og Radioavisen indtager nøglepositionen som det sted, hvor nyheder transformeres og gøres fælles. Hvis et politisk udspil eller en begivenhed ikke omtales der, citeres kun undtagelsesvis af andre medier og får derved ikke noget institutionelt gennemslag.”

Basalt set beskrives de journalistiske fødekæder som en nyhedsstrøm fra dagbladene og Ritzaus Bureau til regionalt radio og tv for til sidst at ende i landsdækkende radio og tv¹¹.

Konklusionen på 1999-undersøgelsen var derfor ikke overraskende at: ”Danske nyhedsformidlere lever i dyb gensidig afhængighed. Sker der en svækkelse et sted i fødekæderne, kan det medføre alvorlige skadevirkninger andre steder i mediernes økosystem. Det indsamlede datamateriale fra Projekt Nyhedsuge dokumenterer, at telegrafbureauer og dagblade stadig indtager nøglepositioner, selvom mediebrugere vurderer tv højere, og der knyttes store forventninger til internettet som fremtidens nyhedsleverandør. Den livsvigtige konklusion er, at hverken journalister eller andre meningsdannere lever af www-links og levende billeder alene.”¹²

2.3.2. 2008-nyhedsundersøgelsen

Afgrænsningen af analyserne af den journalistiske fødekæde til i særlig grad at sætte fokus på dagblade, radio og tv i 1999-undersøgelsen mødte kritik fra andre medieudbydere, især fra fagblade og producenter af gratis ugeaviser. Forskerne bag 1999-undersøgelsen supplerede derfor efterfølgende 1999-undersøgelsen med delanalyser (eksempelvis 90 fagblade i 2003).

Undersøgelsen af den danske nyhedsstrøm blev gentaget i 2008, idet de supplerende undersøgelser foretaget i de efterfølgende delanalyser blev inkluderet, og der desuden blev sat særlig fokus på nyhedsformidling via web-medier (både de fritstående og de, som er knyttet til traditionelle medieudbydere). Herefter omfattede 2008-undersøgelsen følgende mediegrupper:

- alle de medier, som indgik i 1999-undersøgelsen (plus dertil knyttede webmedia)

¹⁰ Lund, 2002: 22-23.

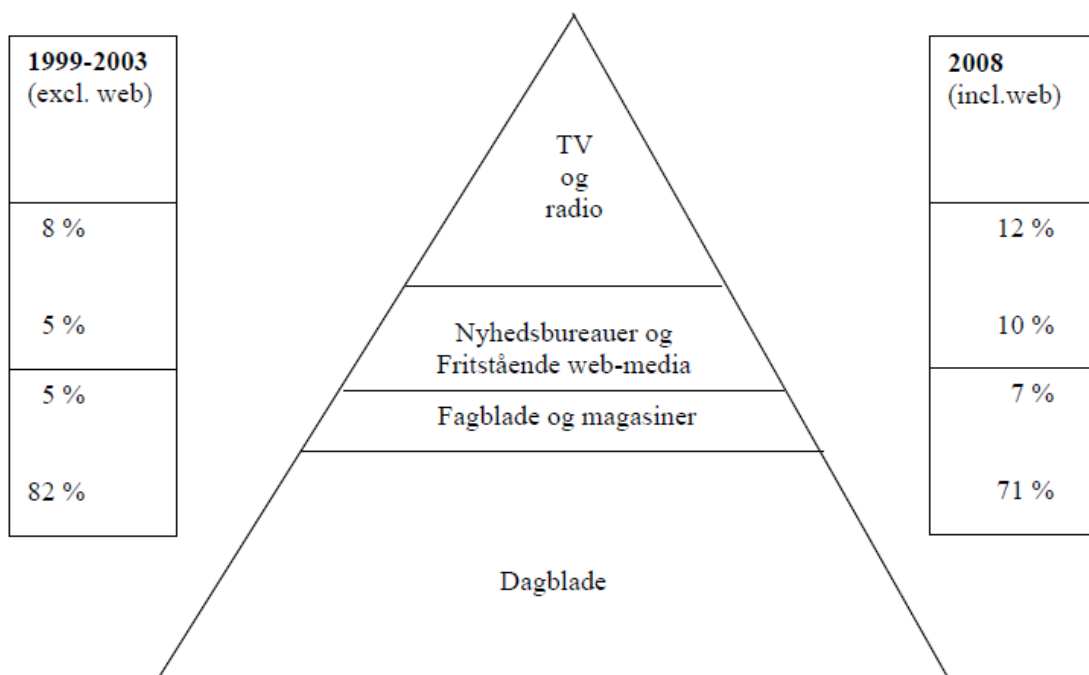
¹¹ Lund, 1999: 145 ff.

¹² Lund, 1999: 152.

- de 90 fagblade, der i specialundersøgelsen fra 2003 fremstod som originale bidragydere til den journalistiske fødekæde
- 10 gratis ugeaviser (distriktsblade) og
- dansksprogede, journalistisk redigerede magasiner, fagblade, ugeaviser og fritstående webmedier, som af medieaktører i de 3 førstnævnte kategorier er blevet citeret som bidragydere til den journalistiske fødekæde.

Den korrigerede 1999-undersøgelse (inkl. fagblade) indeholdt ca. 32.000 redaktionelle enheder af publicistisk nyhedskarakter, mens antallet i 2008 var 75.000. Mængden af nyheder i den journalistiske fødekæde blev i perioden således fordoblet. Samtidig forøgedes genbrug, lån og ”ran”¹³ til 64 procent i 2008 fra 42 procent i 1999¹⁴. Tilbage stod i 2008 26.727 nyheder mod 18.362 i 1999-2003, hvor indholdet er redaktionelt bearbejdet af mediet (vinkling, idéudvikling eller supplerende kildebrug). Lån, ”ran”, genbrug, listestof og brugergenereret indhold er således ikke indregnet som en del af nedenstående figur, der alene omfatter de nyheder, der har været selvstændigt redaktionelt behandlet. Fordelingen af det selvstændigt bearbejdede redaktionelle indhold inden for de respektive mediegrupper følger af figuren (produktionspyramide):

Nyhedsproducenter 1999-2008



Kilde: Lund, Willig og Blach Ørsten, 2009: 9

¹³ Udtrykket ”ran” anvendes i nyhedsundersøgelsen, Lund, Willig og Blach-Ørsten, 2009.

¹⁴ Lund, Willig og Blach-Ørsten, 2009.

Antallet af aktører i de enkelte fire kategorier af nyhedsudbydere i figuren fremgår ikke af nyhedsundersøgelsen. Forskerne bag undersøgelsen har i februar 2013 udarbejdet et notat til Kulturministeriet med angivelse af antallet af redaktioner, der producerer originalnyheder, i de fire kategorier. Notatet kan ses i bilag 1.

Figuren kan ses som fødekædens produktionsled, hvor de forskellige mediegrupper føder indhold ind i den journalistiske nyhedsstrøm. Det skal i den forbindelse præciseres, at undersøgelsens resultater ikke er udtryk for nyhedsaktørernes prioritering af egenproducerede nyheder, idet undersøgelsen alene kortlægger den samlede nyhedsproduktion uden at korrigere for antallet af aktører i de enkelte kategorier. Endvidere er der tale om en kortlægning af alle nyheder uanset de enkelte nyheders samfundsmæssige betydning. Undersøgelsen skelner således ikke mellem f.eks. notitser og nyhedsindslag/artikler, som sætter dagsorden for den brede offentlige debat.

Dagbladene (inkl. deres websites) var i 2008 fortsat de primære producenter af selvstændigt redaktionelt indhold med 71 % af den samlede originalproduktion, dog med et fald på 11 procentpoint fra 82 % i 1999-2003. Radio og tv var de næststørste producenter med 12 % i 2008 – en stigning på 4 procentpoint fra 8 % i 1999-2003. Nyhedsbureauer og fritstående web-media var de tredjestørste grupper med 10 % i 2008 – en stigning fra 5 % i 1999-2003. Fagblade og magasiner stod for 7 % af produktionen i 2008 – en stigning på 2 procentpoint fra 5 % i 1999-2003. Undersøgelsens resultater skal ses i lyset af den udviklingstendens, som kunne konstateres i perioden 2003-2008, samt i lyset af radio- og tv-mediernes oprustning i perioden siden 2008. Det bemærkes, at dagbladenes andel af nyhedsproduktionen i 2008 på 71% ikke er ensbetydende med, at dagbladene står bag 71% af nyhederne, som bringes i f.eks. radio og på tv.

Dagbladenes fald i perioden skyldes ikke mindre produktion, men at de andre mediegrupper har øget deres produktion af selvstændigt stof. Radio og tv – med public service udbydere (DR, TV 2/DANMARK og de regionale TV 2-virksomheder) som de primære producenter – står for en pæn stigning af den selvstændige produktion i perioden. Nyhedsbureauerne understøtter i stigende grad produktionen af fællesstof, som andre medier kan få glæde af, dels fordi de enkelte udbydere havde øget produktiviteten, dels fordi nye udbydere var kommet til ¹⁵.

Den journalistiske produktion er således i perioden 1999-2008 øget med 46 % vurderet med udgangspunkt i journalistik, der har været bearbejdet selvstændigt, og 134 % hvis genbrug, lån og ”ran” inkluderes. Nyhedsstrømmen er således øget massivt i perioden – ikke alene med mere selvstændigt bearbejdet materiale, men ligeledes i form af distribution (lån, ”ran”, genbrug) af eksisterende stof.¹⁶

3. DR's anvendelse af egenproducerede nyheder og nyheder fra dagbladene mv. på DR's internetsted og andre mediers brug af DR's nyheder

¹⁵ Lund, Willig og Blach-Ørsten: 2009.

¹⁶ Lund & Willig: 2009.

I det følgende redegøres indledningsvist overordnet for det generelle billede af produktion og distribution af nyheder på de danske netmedier.

Herudover redegøres for DR's public service-forpligtelser på nyhedsområdet samt for de private mediers vedtægtsmæssige forpligtelser.

Desuden redegøres med udgangspunkt i foreliggende oplysninger for DR's produktion og anvendelse af nyheder på nettet mv. samt for andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede indhold. Der er i den forbindelse medtaget afsnit om den redaktionelle praksis for DR's internetsted DR.dk, herunder DR's regionale sider. Det har ikke været muligt inden for rammerne af udredningsnotatet at beskrive den redaktionelle praksis på dagbladenes netredaktioner eller andre mediers netredaktioner henset til, at der er tale om en meget heterogen praksis for, hvordan arbejdstilrettelæggelsen er.

Endelig redegøres for mulighederne for – med udgangspunkt i nyt talmateriale fra 2012 – at gennemføre en forskningsbaseret undersøgelse vedr. størrelsesordenen af DR's egenproducerede nyheder på DR's internetsted set i forhold til andres nyheder og andre mediers brug af DR's egenproducerede nyheder.

3.1. Nyheder på danske netmedier generelt

Som led i 2008-nyhedsundersøgelsen blev der foretaget en analyse af netnyhederne på en række større danske netmedier: tv2.dk, ekstrabladet.dk, jp.dk, Politiken.dk, Berlingske.dk, dr.dk/nyheder samt Nordjyske.dk.¹⁷

Analysen¹⁸ viste, at: *"Ritzau regerer og dominerer sammen med de udenlandske bureauer. For det andet stammer en stor del af stoffet på de danske netmedier fra andre medier og netmedier citerer hinanden, danske og internationale nichesites på kryds og tværs. Og for det tredje fungerer nettet oftest som distributionskanal for mediehusets stof fra andre platforme."*

Analysen viste endvidere, at bureaustoffet fylder forskelligt på netaviserne, idet nogle netavisere er mere afhængige af Ritzau end andre. Der var også tale om, at netmedierne citerer andre i forskellig grad. Listen af citerede medier var lang og omfattede såvel udenlandske som nationale medier¹⁹.

Jannie Møller Hartley opridser to modeller for organiseringen af den journalistiske produktion af nyheder til nettet:

(1) Den tværmediale integrerede mediehusmodel

¹⁷ Indholdsanalysen foregik ved analyse af hovedsites med henblik på at sikre det bedste sammenligningsgrundlag. Undersites, herunder DR's regionale sites, er således ikke inkluderet, jf. afsnit 3.4.3 om metoden bag analysen.

¹⁸ Hartley, 2009: s. 149

¹⁹ I Hartley 2009: s. 156-157 anføres: "Listen af citerede medier er lang. Amerikanske og britiske medier, såsom BBC, CNN optræder ofte, The Guardian, The Times lidt mindre, og så optræder et væld af netmedier fra hele verden en enkelt eller et par gange hos de forskellige medier. Dette gælder alt fra Sydney Morning Herald, Bild, Aftonbladet.se, VG NETT, og da sagen om østrigeren Fritzl rullede og dommen faldt, måtte de fleste af de danske netavisere under lup her ty til østrigske medier for at skrive nyhederne. Men netavisjournalisterne citerer i lige så høj grad deres nationale kollegaer. Ud over at netjournalisterne formentlig holder øje med konkurrenterne, skal årsagen igen findes i Ritzaus citattjeneste. Hertil sender medierne således deres bedste bud på historier, som kunne interessere andre medier, og hver netavis kan dermed samlet være med til at sætte den daglige nyhedsdagsorden..."

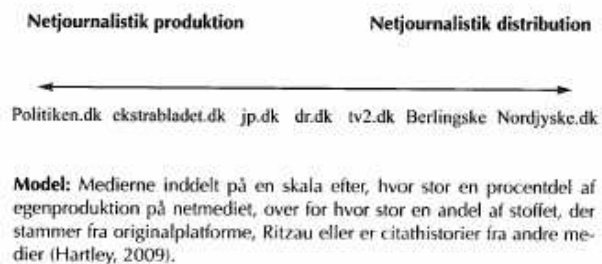
(2) Den flermediale mediehusmodel.

Den tværmediale model har fokus på deling af indhold på tværs af platforme i mediehuset, mens den flermediale model har fokus på, at deling og distribution af stof fra mediehuset selv og andre medier sker i mindre grad. Fokus for den tværmediale model lader til at være distribution, mens primær fokus for den flermediale model er produktion. Imellem de to modeller findes en form for hybrid repræsenteret af medier, som både har en selvstændig netjournalistisk produktion og bruger nettet som distributionskanal for nyheder og indslag fra de andre platforme i mediehuset.

Hartley argumenterer for, at netmediet i de integrerede mediehus mere fremtræder som distributionskanal for stof fra andre platforme end en platform med egen journalistisk produktion, mens de integrerede flermediale mediehus "bruger mindre tid på at skanne, reproducere og følge op på konkurrenternes netmedier". Hartley's undersøgelse indikerer, at de af mediehusene anvendte strategier og organisationsmåde samt den netjournalistiske praksis, har indflydelse på det redaktionelle indhold på netaviserne²⁰.

Hartley opstiller følgende figur for de forskellige grader af egenproduktion for de analyserede netmedier:

Forskellige grader af egenproduktion



Kilde: Hartley, 2009: 160

Vurderes dr.dk efter ovenstående skala, repræsenterer dr.dk – i lighed med Jyllands-Postens website jp.dk – en kombination mellem selvstændig journalistisk egenproduktion til web og distribution. Dr.dk kombinerer således egenproduktion med distribution af indhold fra DR's øvrige platforme, nyhedsbureauer eller citathistorier fra andre medier. Med udgangspunkt i efterfølgende tal fra en gentagelse af den kvantitative indholdsanalyse af de syv analyserede netmedier i 2010, jf. nedenfor i afsnit 3.4.3, bevæger DR sig længere mod venstre på skalaen i retning af selvstændig netjournalistisk produktion.

Jannie Møller Hartley konkluderer i forbindelse med ovennævnte 2010-tal i forhold til den interne deling af nyhedsstof i de i 2008 analyserede netmedier, bl.a., at "net-

²⁰ Hartley 2009: s. 160.

medierne i stigende grad er blevet selvproducerende, og at de dermed har reduceret deres distribuerende status i nyhedsrummet...”²¹. Nordjyske.dk’s indhold stammede fra originalplatformen i 2008 med ca. 50% og i 2010 med 27%. JP.dk havde i 2008 47%, der bestod af stof fra originalplatformen, mens delestoffet med moderavisen i 2010 fyldte 3%. Berlingskes netstof var i 2008-ugen 33% direkte distribution fra avisen, mens det i 2010 var 10%. DR.dk’s indhold stammede fra andre platforme i 12% i 2008 og 5% i 2010. Pol.dk og Tv2.dk havde med ca. 5 % og 1% originalplatformshistorier færrest nyheder fra andre platforme i 2008, men dette tal er for begge netmedier steget til 6% på Tv2.dk og 15% på Pol.dk.

I forhold til netredaktionernes egenproduktion på de fem analyserede medier konkluderer Jannie Møller Hartley, at i 2010 er antallet af egenproducerede historier steget for alle medier undtagen Pol.dk, som grundet en stigning i stof fra telegrambureauerne og fra avisen producerer 37% af sine nyheder med nettet for øje.

3.2. DR’s public service-forpligtelser på nyhedsområdet

Det er i radio- og fjernsynslovens § 10 bl.a. fastsat, at ”*Den samlede public service-virksomhed skal via fjernsyn, radio og internet eller lignende sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning.*”

DR’s nærmere public service-forpligtelser – herunder på nyhedsområdet – er fastsat i DR’s gældende public service-kontrakt for perioden 2011-2014. I kontrakten indgår, at formålet med DR’s public service-virksomhed bl.a. er at sikre befolkningen adgang til væsentlig og uafhængig samfundsinformation samt væsentlig debat.

Kontrakten indeholder følgende generelle forpligtelse om public service på internettet mv.:

”DR skal tilbyde public service indhold på teknologineutralt grundlag og understøtte danskernes brug af internettet. Således skal DR på nettet tilbyde indhold, som bidrager til DR’s public service-formål, og som er redaktionelt begrundet, på lige fod med indhold på øvrige platforme. DR’s internetsted skal bl.a. indeholde programrelateret information, selvstændige nyheder, relevant indhold til børn og unge, muligheder for brugerinteraktion og oplysninger om DR samt produktioner med lyd, billede og tekst.

DR’s internetsted er inddelt i en række hovedområder med undersider og kan bl.a. indeholde tjenester såsom on demand, simul-/webcast af radio og tv-programmer mv. Med udgangspunkt i DR’s internetsted kan DR bl.a. understøtte mobil brug af DR’s indhold, jf. også kontraktens afsnit 10 om tilgængeliggørelse af public service-indhold.”

I forhold til nyheder indeholder kontrakten følgende specifikke forpligtelser:

”DR skal tilbyde nyheder på tv, radio, internet og øvrige relevante platforme, der er tilpasset forskellige målgrupper for at sikre den bedste udbredelse af nyheder til be-

²¹ Hartley, 2012: s. 92.

folkningen. DR skal sende minimum 560 timers nyhedsudsendelser årligt i tv mellem kl. 17 og kl. 24. Der skal i dette tidsrum være mindst en hovednyhedsudsendelse. DR skal sende minimum 4425 timers nyheder årligt på radio.

DR's nyhedsudsendelser skal have fokus på kvalitet og væsentlighed og DR skal styrke formidlingen af internationale perspektiver, europæiske perspektiver, herunder i relation til EU, samt nyheder fra hele landet. DR's nyhedsudsendelser skal tage særligt hensyn til alsidighed og upartiskhed, herunder særligt i forbindelse med valgdækningen, som skal være fair.

Baseret på DR's løbende nyhedsproduktion skal DR tilbyde opdaterede og relevante daglige nyheder med udgangspunkt i det danske nyhedsbillede på de fire mest anvendte sprog blandt herboende indvandrere og flygtninge. På tidspunktet for denne kontrakts indgåelse er disse sprog engelsk, arabisk, tyrkisk og somali."

3.3. De private mediers vedtægtsmæssige forpligtelser

De private medier agerer inden for rammerne af formålsbestemmelser i deres vedtægter. Som eksempler er i bilag 2 angivet de formål, som Nordjyske Medier, Berlingske og Altinget.dk har som grundlag for deres virksomhed. Af formålsbestemmelserne for de tre medier fremgår bl.a. følgende:

Nordjyske Medier

"Selskabets hovedformål er at drive nordjyske trykte, elektroniske og digitale medier, der uafhængigt af såvel politiske partier som personer og organisationer skal varetage samfundets og specielt Nordjyllands tarv.

De nordjyske medier skal bringe hurtige og pålidelige informationer om væsentlige begivenheder af betydning for Nordjylland og give redelig orientering om og kommentarer til tidens spørgsmål.

De nordjyske medier skal værne om ytringsfriheden og borgernes ret til at blive informeret ved at søge enhver oplysning fremdraget, der er væsentlig for folkestyrets udøvelse og for den enkeltes medleven i samfundsudviklingen.

...."

Berlingske

"Gennem to hundrede år har Det Berlingske Hus udgivet blade, som skulle kunne finde plads i danske hjem, bringe hurtige og pålidelige oplysninger om begivenheder i ind- og udland og yde redelig vejledning i drøftelsen af tidens spørgsmål.

...

Forudsætning for pressens virksomhed i offentlighedens tjeneste er den for demokratiske stats- og folkesamfund gældende ytringsfrihed, og de Berlingske Blades ledelse vil med alle til rådighed stående midler søge at værne denne mod angreb, fra hvilken side de måtte komme."

Altinget.dk

"Altinget.dk har til formål at øge læsernes politiske informationsniveau, så de bedre bliver i stand til at varetage deres professionelle eller personlige, politiske interesser. Altinget.dk følger ved hjælp af kritisk, uvildig journalistik udviklingen i det danske demokrati og politiske system. Vi er dermed en af demokratiets driftssikre vandbærere.

*Altinget.dk vægter historier med substans, der kan få konsekvenser, over historier med sensation og identifikation.
..."*

3.4. DR's produktion og anvendelse af nyheder på nettet mv.

DR's nyhedsdækning fordeler sig på tv, radio og nye medier, herunder DR's internetsted DR.dk.

DR.dk er inddelt i en række hovedområder med undersider. Således består DR.dk af en forside samt en række undersider, herunder de regionale sider.

DR har oplyst, at det er en målsætning for DR's nyhedsformidling generelt at fokusere på udvalgte og klart prioriterede nyheder, hvor målet er at sætte og afspejle dagens dagsorden og sætte de væsentligste nyheder i perspektiv. DR ser det således som en del af sin opgave at prioritere i nyhedsstrømmen og fortælle danskerne om de vigtigste historier.

I bilag 3 er anført nøgletal om DR's markedsposition inden for digitale nyhedssites.

3.4.1. Redaktionel praksis – DR.dk²²

I DR Nyheder styres produktionen af nyheder til DR.dk, de mobile platforme og tekst-tv af en særlig net-redaktion, der også har folk placeret på den tværmedielle indlands-nyhedsredaktion samt fagredaktionerne Politik, Udland og Erhverv & Økonomi. Redaktionen har kontakt til de netjournalister, som producerer nyheder på andre redaktioner i DR (fx Kultur, Videnskab, Sundhed og DRs distrikter). DR Nyheders net-produktion publiceres primært under hovedadressen: DR.dk/nyheder. Overordnet set kan net-redaktionens arbejde på dagen ifølge DR inddeles i to kategorier: 1) Dagens store historier og 2) håndteringen af det fælles danske nyhedsbillede. Dagens store historier er enten DR's egne historier eller store fælles begivenheder i ind- og udland. Praksis er, at de fleste af redaktionens kræfter sættes ind på disse historier for at producere DR's egne artikler og vinkler.

For så vidt angår links fra DR.dk til artikler på andre nyhedssider er det DR's praksis at anvende dybe links til den pågældende artikel hos kilden i forbindelse med citathistorier. DR har oplyst, at citathistorier typisk er de historier, som medierne selv sender til Ritzau, hvor vilkårene er, at de kan publiceres af andre i den længde og form, de er leveret til Ritzau i, men det forekommer også i enkelte tilfælde ved historier, som DR selv citerer inden for citatreglernes rammer. DR har aftaler med eks-

²² Dette afsnit er baseret på oplysninger afgivet af DR.

terne kilder/firmaer, som netredaktionen helt eller delvist kan anvende i forbindelse med produktionen af alt fra store egensatsninger og ned til mindre fælleshistorier.

3.4.2. Redaktionel praksis og samspillet med øvrige lokale medier – DRs regionale sider²³

DR har ni distrikter, hvor der bl.a. produceres regionale nyheder til DR P4, Radioavisen, TV-Avisen og de regionale sider på DR.dk/p4. Alle distrikternes redaktioner arbejder tværmedielt, og historier udkommer på den platform, der egner sig bedst. Det primære fokus er at servicere de regionale platforme, men distrikternes redaktioner leverer også nyheder til de landsdækkende nyhedsudsendelser som Radioavisen og TV-Avisen. De fleste nyheder bliver desuden lagt på DR.dk/P4, og regionale nyheder med landsdækkende interesse bliver endvidere typisk lagt på DR.dk/nyheder.

DR har oplyst, at DRs overordnede strategiske fokus på at producere færre men mere gennemarbejdede nyheder også gælder på de regionale hjemmesider, hvor der er et aktuelt fokus på at gå fra at producere mange artikler, der læses af få, til at producere færre artikler, der læses af mange.

For så vidt angår samspillet med de øvrige lokale medier har DR oplyst, at artikler fra f.eks. regionale og landsdækkede dagblade indgår i den redaktionelle proces og journalistiske prioritering på lige fod med øvrige historier, og at der ud fra en redaktionel vurdering tages stilling til, om og hvordan historier fra andre medier citeres. Der er som en forsøgsordning taget initiativ til at begrænse omfanget af rene citathistorier væsentligt. Endvidere etableres ifølge DR hyppigt temasamarbejder mellem DR's distrikter og andre lokale nyhedsmedier. DR-distrikternes hjemmesider på DR.dk/P4 har under rubrikken "Andre skriver" indlejret andre lokale mediers nyhedsfeed. Rubrikken giver dermed en oversigt over artikler i andre lokale medier. Der henvises til [bilag 4](#) for en oversigt over de enkelte distrikters nyhedsfeeds.

3.4.3. DR's egenproducerede nyheder på DR's internetsted i forhold til andres nyheder

Som ovenfor nævnt i afsnit 3.1. blev der som led i 2008-nyhedsundersøgelsen foretaget en analyse af netnyhederne på følgende syv danske netmedier: tv2.dk, ekstrabladet.dk, jp.dk, Politiken.dk, Berlingske.dk, dr.dk/nyheder samt Nordjyske.dk. Indholdet på disse netmedier blev således over en uge analyseret i november 2008.

Den kvantitative indholdsanalyse blev gentaget i 2010 i forbindelse med adjunkt v/Roskilde Universitet, Ph.d. Jannie Møller Hartleys ph.d. afhandling "Radikalisering af kampzonen: en analyse af netjournalistisk praksis og selvforståelse i spændingsfeltet mellem idealer og publikum", som blev indleveret ved Roskilde Universitet i maj 2011. Afhandlingen er omskrevet i Jannie Møller Hartley's bog "Nyheder på internettet" fra 2012.

²³ Dette afsnit er baseret på oplysninger afgivet af DR.

Hovedresultaterne fra denne analyse vil blive gennemgået nedenfor. Først præsenteres kort metoden bag analyserne og dernæst de data, som analyserne er resulteret i.

Metoden bag analyserne

Metodisk er data baseret på indholdsanalyser foretaget i henholdsvis 2008 og 2010 på en række netmedier i uge 46. Indholdsanalysen blev i 2008 udført som led i 2008-nyhedsugeundersøgelsen. Undersøgelsen blev gentaget i 2010, ligeledes i uge 46²⁴. De udvalgte netmedier var som oven for nævnt: jp.dk, Berlingske.dk, Pol.dk, eb.dk, Tv2.dk, dr.dk/nyheder og som repræsentant for et geografiske afgrænset netmedie blev Nordjyske.dk udvalgt.

Indholdsanalysen foregik ved analyse af hovedsites med henblik på at sikre det bedste sammenligningsgrundlag. Undersites er således ikke inkluderet, da det bl.a. for DR ville betyde en høj andel af indhold, som ikke er nyheder. Det betyder samtidig, at DR's regionale sites ikke indgår i data, udover i det omfang, nyheder fra disse sites blev viderebragt på forsiden. I det omfang nyhedshistorier fra de regionale sites indgår, blev de kodet som intern citat, da de ikke blev produceret af dr.dk redaktionen, men andetsteds.

Nyhedsudbuddet på de respektive sites blev kodet bl.a. efter kategorierne: egenproduktion (herunder rutine journalistik), intern citat, ekstern citat og telegram ²⁵.

Kategorierne kan beskrives som følger:

- Egenproduktion: de selvstændig journalistisk bearbejdede historier, som netmediet har produceret til online distribution på eget site.
- Intern citat: Intern deling af nyhedsstof, dvs. indhold distribueret fra et mediehus' andre platforme, eksempelvis tv.
- Citathistorier: historier, der typisk er fra et konkurrerende medie, og som udstyres med en byline med navnet på den journalist, der har produceret nyheden (citerede medier kan være såvel nationale som internationale).
- Telegramstof: indhold viderebragt fra bureauer (Ritzau mv.).

Resultat af analyserne

Nedenfor gengives tabel med angivelser af de analyserede syv netmediers - inklusive dr.dk/nyheders - andele af forskellige typer af nyhedshistorier i henholdsvis 2008 og 2010, idet undersites – herunder DR's regionale sites ²⁶– som ovenfor anført ikke indgår i analyserne:

²⁴ Hartley 2011: s. 165.

²⁵ Hartley 2011; Hartley 2012: 85-93.

²⁶ De regionale sites indgår således kun i det omfang, at nyheder derfra viderebringes til dr.dk forsiden – i så fald er de kodet som "internt citat".

Netmedier	2008 Egenproduk- tion	2010	2008 Intern citat	2010	2008 Ekstern citat	2010	2008 Telegram	2010
Berlingske.dk	11	20	20	10	7	4	62	66
Dr.dk	14	35	11	5	26	23	49	37
Eb.dk	29	34	7	5	27	25	37	36
Jp.dk	14	20	47	3	10	30	29	47
Nordjyske.dk	1	16	53	27	1	2	45	55
Pol.dk	51	37	3	15	11	8	35	40
Tv2.dk	9	18	1	4	40	17	50	61

Kilde: Jannie Møller Hartley, "Radikalisering af kampzonen" 2011 (undersøgelsen 2010) og "Hvor kommer nyhederne fra" (Hartley i Brink Lund, Willig og Ørsten 2009 (undersøgelsen 2008).

Kategorierne "egenproduktion"²⁷ – forstået som originalt journalistisk stof til nettet – og "intern citat" – forstået som nyhedsstof, der formidles videre fra andre platforme i eget mediehus, - er udtryk for historier, hvor mediet selvstændigt har foretaget en redaktionel bearbejdning, jf. metodebeskrivelsen ovenfor.

Ekstern citat er historier, hvor der er sket "lån/ran" fra andre medier, og der primært har været tale om en let redaktionel bearbejdning, mens telegrammer kan anses som fællesstof, som ikke oprinder fra det pågældende medie selv med et bureau som kilde.

For så vidt angår netredaktionernes egenproduktion konkluderer Hartley²⁸, at "Pol.dk har med med 51 procent i 2008 klart den største del af historier, som er netredaktionens egne, når rutinstoffet inkluderes. I 2010 er antallet af egenproducerede historier steget for alle medier undtagen Pol.dk, som grundet en stigning i stof fra telegrambureauerne og fra avisen producerer 37 procent af sine nyheder med nettet for øje. Samlet set indikerer analysen, at netmedierne er blevet mere autonome og selvstændige relationelt i nyhedsrummet. Endvidere bringer de relationelt

²⁷ Rutinstof er indregnet i kategorien "egenproduktion". "Rutinstof" karakteriseres af forskerne som følger: "Selvstændige historier, der ikke får helt så meget plads, men dog stadig fremstår som produceret af mediet selv. Eller historier, der får god plads, men må formodes at være fællesstof (f.eks. referater fra pressemøder, af finanslovsforhandlinger el. lign."

²⁸ Hartley 2012: s. 93-94.

mindre stof fra deres ”moderplatforme”, e.i. er mindre distribuerende, med undtagelse af Tv2.dk. De har godt nok øget egenproduktionen, men de bringer også mere stof fra resten af TV 2, end de gjorde i 2008.”, jf. også ovenfor afsnit 3.1.

Den øgede egenproduktion på eksempelvis dr.dk er sket ved tilsvarende omfangsmæssig daglig nyhedsproduktion, således at anvendelse af eksternt producerede nyheder (omfattende kategorierne ”ekstern citat” og ”telegram”, jf. nærmere tabellen nedenfor) er reduceret i perioden fra 2008 til 2010.

I relation til telegramstoffet konkluderer Hartley²⁹, bl.a., at ”analysen viser, at telegramstoffet fylder forskelligt på netaviserne, nogle netavis er mere afhængige af Ritzau end andre. Dette kan ses som et resultat af, at nogle netmedier med mere selvstændig produktion af nyheder er mere ”voksne” end andre.” Endvidere konkluderer Hartley bl.a., at ”Berlingske.dk og Tv2.dk har ligesom i 2008 den største andel af telegramhistorier, men i 2010 er andelen steget til 66 procent. Størstedelen af stoffet er på mange af netmedierne distribueret stof fra telegrambureauer, hvilket angiver en stigende autonom position relationelt til de eksisterende platforme, men en mindre autonom position, hvad angår den selvstændige produktion samlet set.”

I forhold til udviklingen i tallene for de analyserede netmediers brug af citathistorier konkluderer Hartley³⁰, at ”I 2010 citerer Tv2.dk i 17 procent og de har dermed mere end halveret deres citathistorier fra andre medier. Berlingske.dk citerer i fire procent, mens eb.dk og dr.dk ligger på næsten samme niveau som i 2008 med henholdsvis 25 og 23 procent citathistorier. Jp.dk har tredoblet citathistorierne fra 10 procent til 30 procent, Nordjyske.dk har stadig omkring 1 procent³¹, mens Pol.dk har reduceret mængden af citathistorier fra 11 til 8 procent.” Hartley konkluderer endvidere, at listen af citerede medier er lang, og at denne omfatter såvel udenlandske og nationale medier³². Der henvises til afsnit 3.1. og note 19.

Andelen af DR’s egenproducerede nyheder på dr.dk udgøres 1) dels af netredaktionens egne producerede historier, 2) dels nyhedshistorier fra andre platforme i DR. Egenproduktionen udgøres således af den samlede sats for egenproduktion til web og intern citat. Det skyldes, at artikler, der er interne citater ligeledes oprinder fra DR, og de kan derfor indregnes i den samlede interne produktion, som DR har på DR’s website.

DR har således på sit website selvstændig journalistisk bearbejdning svarende til 25 % af historierne i 2008 og 40 % i 2010. Heraf udgør egenproduktionen til web henholdsvis 14 % i 2008 og 35% i 2010. Ekstern citat udgøres af 26 % i 2008 og 23 % i 2010, mens telegramstof udgør henholdsvis 49 % i 2008 og 37 % i 2010. Tabellen viser, at DR i 2010 kun overgås af Politikens website, hvad angår egenproducerede historier til nettet, mens det ligeledes fremgår, at alle sites undtagen Politikens har øget andelen af egenproduceret indhold fra 2008 til 2010. Således har DR en høj andel egenproduceret indhold bearbejdet netop til dr.dk.

²⁹ Hartley 2012: s. 87.

³⁰ Hartley 2012: s. 90.

³¹ I tabellen ovenfor på s. 21 er dog anført, at nordjyske.dk i 2010 har 2 procent eksterne citathistorier.

³² Hartley 2012: s. 89.

Fordeling mellem intern og ekstern redaktionelt bearbejdet indhold på de syv netmedier, hvor *intern indhold* udgøres af kategorierne ”egenproduktion” og ”intern citat” (dvs. den samlede produktion fra mediet selv, der distribueres online) og *ekstern indhold* udgøres af kategorierne ”ekstern citat” og ”telegram”, kan herefter opgøres som følger:

Netmedier	2008		2010	
	Intern	Ekstern	Intern	Ekstern
DR (dr.dk)	25	75	40	60
	31	69	30	70
Berlingske (berlingske.dk)	54	46	52	48
	36	64	39	61
Politiken (pol.dk)	54	46	43	57
	61	39	23	77
Ekstrabladet (eb.dk)	10	90	22	78
	54	46	43	57
Nordjyske (nordjyske.dk)	61	39	23	77
	10	90	22	78
Jyllandsposten (jp.dk)	10	90	22	78
	10	90	22	78
TV 2/Danmark (tv2.dk)	10	90	22	78
	10	90	22	78

Kilde: Jannie Møller Hartley, ”Radikalisering af kampzonen” 2011 (undersøgelsen 2010) og ”Hvor kommer nyhederne fra” (Hartley i Brink Lund, Willig og Ørsten 2009 (undersøgelsen 2008). Bearbejdning af tabel ovenfor.

3.5. Andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede nyheder

Der foreligger ikke tilgængeligt talmateriale om størrelsesordenen mv. af andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede nyheder, jf. dog afsnit 3.6 nedenfor, hvor der redegøres for mulighederne for at foretage en forskningsbaseret undersøgelse af bl.a. dette.

Imidlertid indgår der i 2008-nyhedsundersøgelsen³³ følgende ”Top-20”-liste over de mest citerede enkeltmedier (med tilknyttede web-redaktioner), hvor placeringen i 1999 er angivet i parentes:

1. Ritzau (1)
2. Morgenavisen Jyllands-Posten (4)
3. Berlingske Tidende (2)
4. Politiken (3)
5. Ekstra Bladet (6)
6. DR/Nyheder (10+16)³⁴
7. TV 2/Nyhederne (11)

³³ Lund, Willig og Blach-Ørsten, 2009: s. 146.

³⁴ Undersøgelsen fra 1999 opdelte radioavisen og tv-avisen, da nyhedsformidlingen på pågældende tidspunkt var opdelt inden for DR. I 2008-undersøgelsen er de opgjort samlet.

8. Børsen (8)
9. B.T. (9)
10. Nordjyske Medier (13)
11. Jydske Vestkysten (7)
12. Newspaq (ny)
13. Fyens Stiftstidende (12)
14. Ugebrevet A4 (ny)
15. 3F (ny)
16. Kristeligt Dagblad (28)
17. Århus Stiftstidende (14)
18. Helsingør Dagblad (33)
19. DR/Nordjylland (47)
20. Dagbladenes Bureau (15)

Listen må læses med det forbehold, at den afspejler de mest citerede enkeltmedier i en enkelt nyhedsuge i 2008, hvor tilfældige lokale begivenheder, solohistorier mv. kan have skabt særlig opmærksomhed om et enkelt medie både i 1999 og 2008.

Om listen konkluderes i 2008-nyhedsundersøgelsen ”først og fremmest, at mange af hovedleverandørerne af ideer og kilder fra 1999 går igen i 2008-undersøgelsen. Dog er DR/Nyheder og TV 2/Nyhederne avanceret. Førstnævnte især på grund af den trimediale satsning på selvstændig udvikling af egenhistorier. Sidstnævnte primært som følge af døgn-udbud på TV 2/News...”.

For så vidt angår andre net-mediers anvendelse af DRs indhold på DR.dk har DR oplyst, at DR tillader links til DR.dk, så længe dette gøres i overensstemmelse med god skik. Herudover har DR fastsat en række retningslinjer for links til DR.dk. Disse retningslinjer kan ses i bilag 5. Danske Dagbladets Forening har desuden i 2002 til brug for dagbladene udformet standardregler for links, som er meget anvendte af dagbladene. Disse standardregler kan ses i bilag 6.

3.6. Forskningsbaseret undersøgelse (2012-tal)

Som det fremgår ovenfor i afsnit 3.5 foreligger der ikke tilgængeligt talmateriale om størrelsesordenen mv. af andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede nyheder.

Der er imidlertid i uge 46 i 2012 foretaget en indsamling af nyhedsbilledet af Center for Nyhedsforskning og Center for Magt, Medier og Kommunikation ved Roskilde Universitet med henblik på at lave forskellige casestudier af mediemagt. Der er ikke planlagt analyser af originalitet eller fødekæder i forhold til de nye indsamlede data, men Center for Nyhedsforskning, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, Roskilde Universitet, ved lektor ph.d. Ida Willig og lektor ph.d. Mark Blach-Ørsten har over for Kulturministeriet oplyst, at de indsamlede data vil kunne danne basis for gennemførelsen af en forskningsbaseret undersøgelse af andre mediers anvendelse af DR's egenproducerede nyheder. Med udgangspunkt i samme data vil en undersøgelse også kunne levere nye opdaterede 2012-tal for andelen af DR's egenproducerede nyheder på DR's internetsted i forhold til andres nyhe-

der, jf. ovenfor i afsnit 3.4.3, hvor der med udgangspunkt i foreliggende 2010-tal er redegjort for dette.

Ida Willig og Mark Blach-Ørsten har nærmere oplyst, at den forskningsbaserede undersøgelse i givet fald vil tage udgangspunkt i de indsamlede data samt supplerings af data (især de regionale medier)³⁵ og en efterkodning. Fokus i undersøgelsen ville være på originalitet og fødekæder på nettet, men ikke andre platforme. Desuden ville undersøgelsen tage udgangspunkt i en operationalisering af begrebet ”egenproducerede nyheder”, idet forskerne finder det hensigtsmæssigt med både en kvantitativ og en kvalitativ delanalyse.

Resultatet fra en sådan forskningsbaseret undersøgelse vil i givet fald formentlig kunne foreligge i sommeren 2013. Omkostningerne ved undersøgelsen vil være i størrelsesordenen 220.000,- kr. inkl. 10% overhead.

³⁵ Bl.a. på grundlag af Infomedias arkiv.

BILAG 1: Notat vedrørende originale nyhedsproducenter i 1999 og 2008

ABL & RB/februar 2013

Dette notat er udarbejdet for at give et billede af, hvor mange nyhedsproducenter der indgår i tallene bag figur 1, som præsenteres på side 9 i "Hvor kommer nyhederne fra?" af Lund, Willig & Ørsten, Forlaget Ajour 2009.

Figur 1 viser, hvor store bidrag, forskellige typer af nyhedsproducenter yder til den journalistiske fødekæde i hhv. 1999-2003 og 2008. Målet baseres på identificerbar produktion af redaktionelle enheder, der kan betegnes som "journalistisk bearbejdet nyhedsformidling" (Lund, Willig & Ørsten 2009: 10). Som det fremgår af figurteksten, er tallene for 2008 inklusiv produktion til web knyttet til de fire forskellige typer af redaktioner.

N-værdien i figuren er redaktionelle enheder, som det enkelte medie har "bearbejdet gennem vinkling, idéudvikling eller supplerende kildebrug" (op.cit. p. 9). Figuren er ikke udtryk for, hvor meget hvilke medietyper citere, låner eller raner fra hinanden, men alene for, hvor meget de hver især producerer på en typisk uge. Alternativt kan produktionen opgøres på redaktioner, der producerer originalnyheder. I så fald bliver den samlede n-værdi 126 i det første punktnedslag og 144 i det andet:

Tv og radio

Andel i den originale nyhedsproduktion 1999 (8 %) og 2008 (12 %)

Antal redaktioner 1999 (22) og 2008 (23)

Bemærk, at det ikke er alle tv- og radiokanaler, der indgår i datamaterialet bag figur 1 – kun de redaktioner, der producerer originale nyheds- og aktualitetsprogrammer.

Nyhedsbureauer og fritstående web-medier

Andel i den originale nyhedsproduktion 1999 (5%) og 2008 (10%)

Antal redaktioner 1999 (2) og 2008 (14)

Fagblade og magasiner

Andel i den originale nyhedsproduktion 2003 (5%) og 2008 (7%)

Antal redaktioner 2003 (69) og 2008 (72)

Denne medietype indgik ikke i 1999-undersøgelserne, men blev analyseret på grundlag af en stikprøve i 2003 (se om udvælgelsen i: Anker Brink Lund: Fagpressen i den journalistiske fødekæde: Dansk Fagpresse, 2005:5). På dette grundlag blev der foretaget et forsigtigt skøn for hele populationen, der i 2008 er suppleret med andre magasiner, der er nyhedsproducerende.

Dagblade

Andel i den originale nyhedsproduktion	1999 (82%)	og 2008 (71 %)
Antal redaktioner	1999 (33)	og 2008 (35)

Nyhedsproducenter udenfor opgørelsen

Bemærk at en nogle medier slet ikke indgår i opgørelsen, der er gengivet i figur 1 (Lund, Willig & Ørsten 2009: 9), fordi de ikke producerer originale nyheder på dansk og/eller stort set ikke citeres af andre nyhedsmedier og således ikke indgår som identificerbare dele af den journalistiske fødekæde.

For flere detaljer se:

Lund, Anker Brink (red): *Først med det sidste. En nyhedsuge i Danmark*. Ajour, 2000.

Lund, Anker Brink: *Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionen politiske indflydelse*. Aarhus Universitetsforlag, 2002.

Lund, Anker Brink: *Fagpressen i den journalistiske fødekæde*. Dansk Fagpresse, 2005.

Lund, Anker Brink m.fl.: *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*, Rambøll Management Consulting.

Lund, Anker Brink, Ida Willig & Mark Blach-Ørsten (red): *Hvor kommer nyhederne fra?* Ajour, 2009.

Formålsparagraf for NORDJYSKE Medier A/S

Selskabets hovedformål er at drive nordjyske trykte, elektroniske og digitale medier, der uafhængigt af såvel politiske partier som personer og organisationer skal varetage samfundets og specielt Nordjyllands tarv.

De nordjyske medier skal bringe hurtige og pålidelige informationer om væsentlige begivenheder af betydning for Nordjylland og give redelig orientering om og kommentarer til tidens spørgsmål.

De nordjyske medier skal værne om ytringsfriheden og borgernes ret til at blive informeret ved at søge enhver oplysning fremdraget, der er væsentlig for folkestyrets udøvelse og for den enkeltes medleven i samfundsudviklingen.

Chefredaktionen har frihed til selvstændigt at vurdere hver enkelt sag og til at disponere i overensstemmelse med denne vurdering. Den har pligt til at afvise pression mod redaktionen såvel udefra som indefra. Medierne skal redigeres afbalanceret og i demokratisk ånd.

Chefredaktionen leder og fordeler det redaktionelle arbejde og drager omsorg for, at de nordjyske medier er kritisk konstruktive i deres holdninger, herunder i holdningerne til samfundets styrende organer såvel på landsplan som lokalt, og at medierne værner såvel om samfundets fælles interesser som om det private initiativ samt vogter borgernes frihedsrettigheder.

Chefredaktionen skal sikre, at princippet om, at reportage og mening ikke sammenblandes, overholdes, og at også opfattelser, der ikke harmonerer med redaktionens egen, kan komme til udtryk, når det klart tilkendegives, hvem der står bag.

Chefredaktionen skal indestå for, at de nordjyske medier er saglige og sobre i deres tekst-, lyd- og billedvalg, og at indholdet er båret af troværdighed og alsidighed.

Selskabet kan udover nordjysk medievirksomhed drive anden virksomhed med trykte, elektroniske og digitale medier samt enhver dermed forbundet virksomhed, ligesom selskabet kan foretage kapitalanbringelse.

³⁶ Bilaget er udarbejdet på grundlag af oplysninger fra Danske Medier.

Mission Statement for Berlingske Medias ejer, MECOM

MECOM STANDS FOR AND CARES ABOUT QUALITY JOURNALISM

Mecom and each of its divisions are committed to the quality of their journalism as well as the importance of editorial freedom, and the following publishing principles are adhered to across the Mecom Group. [verify]

- Mecom is dedicated to defending freedom of speech, freedom of the press, freedom of information and the values of democracy.

Formateret: Engelsk (Storbritannien)

- Mecom respects, within this framework, the identity and local traditions of its publications and, regardless of ideology, defends and supports their freedom and independence.

- Mecom respects the principles of journalism in the democratic world and, within the framework of the objects clause of its individual publications – as well as joint editorial declarations – defends the independent position of the editor. Neither governments, owners, advertisers nor any other interest groups are entitled to interfere.

Formateret: Engelsk (Storbritannien)

Formateret: Engelsk (Storbritannien)

Formateret: Engelsk (Storbritannien)

Formateret: Engelsk (Storbritannien)

Berlingskes redaktørerklæring, som forpligter husets redaktører

REDAKTØRERKLÆRINGEN AF 5. NOVEMBER 1948

Gennem to hundrede år har Det Berlingske Hus udgivet blade, som skulle kunne finde plads i danske hjem, bringe hurtige og pålidelige oplysninger om begivenheder i ind- og udland og yde redelig vejledning i drøftelsen af tidens spørgsmål.

I overensstemmelse med disse traditioner ledes de Berlingske Blade i national og demokratisk ånd i ærbødighed for kristendommen og i troskab mod fædreland og kongemagt.

Bladenes grundsyn er konservativt. De er ikke og bør ikke være bunden af tilslutning til noget politisk parti. Redaktionen er i enhver henseende frit stillet under værdsættelsen af det offentlige livs foreteelser, idet mådehold iagttages, og god tone overholdes, ligesom der kræves redelighed og alsidighed ved oplysning af læserne.

Forudsætning for pressens virksomhed i offentlighedens tjeneste er den for demokratiske stats- og folkesamfund gældende ytringsfrihed, og de Berlingske Blades ledelse vil med alle til rådighed stående midler søge at værne denne mod angreb, fra hvilken side de måtte komme.

Formål for Altinget.dk

Formål

Altinget.dk har til formål at øge læsernes politiske informationsniveau, så de bedre bliver i stand til at varetage deres professionelle eller personlige, politiske interesser.

Altinget.dk følger ved hjælp af kritisk, uvildig journalistik udviklingen i det danske demokrati og politiske system. Vi er dermed en af demokratiets driftssikre vandbærere.

Væsentlighed

Altinget.dk vægter historier med substans, der kan få konsekvenser, over historier med sensation og identifikation. Altinget.dk fravælger pop og ser på det, der kan få en konkret betydning for nogen eller noget.

Indsigt

Altinget.dks historier skal præges af faglig indsigt og evne til at formidle vanskelige problemstillinger. Altinget.dk vægter grundighed, så der altid er korrekte oplysninger og fakta i artiklerne

Perspektiv

Altinget.dks artikler fortæller ikke kun, hvad der sker – men også hvorfor. Altinget.dks artikler har historikken med og ser fremad, så artiklerne ikke kun bliver i den umiddelbare konflikt. Altinget.dk vægter en analytisk tilgang til nyhederne.

Målsætning for Fyens Stiftstidende

Fyens Stiftstidende er et frisindet dagblad, uafhængigt af politiske partier samt organisatoriske og økonomiske interesser af enhver art.

I respekt for dansk demokratisk livssyn og folkestyre er det Fyens Stiftstidendes formål at bringe alsidige informationer og loyale kommentarer om væsentlige begivenheder i udland og indland med en særlig forpligtelse overfor befolkningen i det fynske område.

Fyens Stiftstidende skal til enhver tid værne om borgernes grundlovssikrede ytringsfrihed og deres ret til at blive holdt orienteret om aktuelle samfundsforhold. Til varetagelse af dette formål vil avisen søge at fremdrage enhver nyhed, som efter redaktionens opfattelse har betydning for den frie meningsdannelse.

Ud fra demokratiske retsprincipper vil Fyens Stiftstidende forsvare ethvert menneskes ret til i videst muligt omfang at leve sin tilværelse på selvvalgte vilkår. Derfor er avisen i sin principielle holdning kritisk, men konstruktiv overfor offentlige myndigheder. Borgernes politiske frihed og et sundt erhvervslivs udførelse skal sikres.

Til gavn for samfundsudviklingen i det fynske område vil Fyens Stiftstidende arbejde på at fremme en åben debat imellem læserne. I såvel indsamling som redigering af det redaktionelle stof skal medarbejderne følge gældende fag-etiske regler, herunder sørge for en klar adskillelse imellem referat og kommentar.

BILAG 3: Notat vedr. DR's markedsposition for digitale nyhedssites

København, d. 21. februar 2013

Indledning

Dette fælles notat fra DR og Danske Medier belyser i nøgletal DRs markedsposition inden for digitale nyhedssites. Beskrivelsen dækker kun mediemålinger af grundlæggende parametre og forholder sig ikke politisk til, hvorvidt DRs position udgør et problem for en kommerciel nyhedsdækning på de digitale medier.

Sammenfatning

En beskrivelse af DRs markedsposition afhænger af sammenligningsgrundlaget. Nyheder udgør ca. 13-14 procent af danskernes samlede tidsforbrug på internettet¹. Hvis man betragter DRs markedsposition i forhold til nyhedssites, vil den derfor være væsentlig højere, end hvis man sammenligner den med det samlede internetforbrug.

Markedspositionen afhænger yderligere af, hvilken parameter der betragtes. DRs størrelse i markedet spænder således fra en andel på lidt over 1 procent af befolkningens samlede internetbrug målt på tid eller sidevisninger og helt op til en månedlig dækning på 53 procent af brugerne på de danske nyhedssites. Komplette opgørelser på alle parametre er gennemgået i selve notatet.

Det er centralt for forståelsen, at man er opmærksom på, at en brugers tilstedeværelse på ét medie ikke afgrænser den samme bruger fra også at anvende andre medier. 77 procent af brugerne på dr.dk anvender andre landsdækkende netnyhedsmedier i løbet af en måned, hvilket tilsvarende betyder, at 23 procent af DRs brugere ikke benytter andre af de 11 landsdækkende netnyhedsmedier i sammenligningen.

Bemærkninger til opgørelserne

De inkluderede sites er ikke dækkende for al brug af online nyheder i Danmark. For overskuelighedens skyld er det begrænset til de landsdækkende nyhedsmedier, som har deres oprindelse på andre medieplatforme. Der er udeladt sammenligninger på regionalt niveau, da en retvisende sammenligning forudsætter opgørelser i en detaljeringsgrad, som ikke er offentligt tilgængelig. Det anbefales derfor, at der ses bort fra tidligere fremsendte regionale opgørelser fra både DR og Danske Medier, som der er enighed om, ikke er tilstrækkeligt retvisende.

En sammenligning af trafikken på dr.dk og andre landsdækkende nyhedssites medtager også trafik fra indhold, der ikke er nyhedsrelateret. Det er ikke muligt at afgrænse data til udelukkende at medtage trafik fra nyheder fra samtlige sites i opgørelsen. DR oplyser, dels at 52 procent af brugerne på dr.dk på månedsbasis anvender det indhold, som DR selv definerer som nyheder (inklusive sport, regioner og kultur), og at de resterende 48 procent af brugerne således kun benytter det øvrige indhold (Børn, Download, Musik, Radio, Spil, TV og Ung), dels at nyhedsområdet står for omkring en tredjedel af den samlede trafik på dr.dk. Det vurderes dog, at det i denne forbindelse hverken er muligt eller afgørende at

¹ FDIM/Danske Medier: "Danskernes brug af internettet", 2011 og 2012 udgaver.

afgrænse en sammenligning til et enkelt stofområde, da de kommercielle netmediers indtægter ikke er afgrænset til f.eks. nyhedsområdet. Der er f.eks. også bannerannoncer på ikke-nyhedsrelateret indhold på de øvrige nyhedssites.

Det kan diskuteres, om borsen.dk bør medtages i en sammenligning af udbydere af generelle landsdækkende nyheder, da sitet har en overvejende andel af nyheder inden for erhverv, økonomi og politik. Det er dog valgt at medtage borsen.dk i sammenligningerne, da sitet har været med i de tidligere opgørelser, og beregninger viser, at det ikke har nogen væsentlig betydning om sitet er med eller ej.

Med hensyn til Berlingske bør det bemærkes, at business.dk, rejseliv.dk og AOK.dk har selvstændige målinger, der ikke indgår i disse sammenligninger, mens tilsvarende aktiviteter ligger inde i Politiken.dk's tal. Det samme gælder i øvrigt for stiftens.dk, hvor AOA.dk tælles for sig.

Endelig skal det påpeges, at målingerne kun medtager webtrafik. Trafik på mobilsites og mobilapplikationer (apps) indgår ikke i opgørelsen, da der ikke findes tilstrækkeligt data til at belyse dette område.

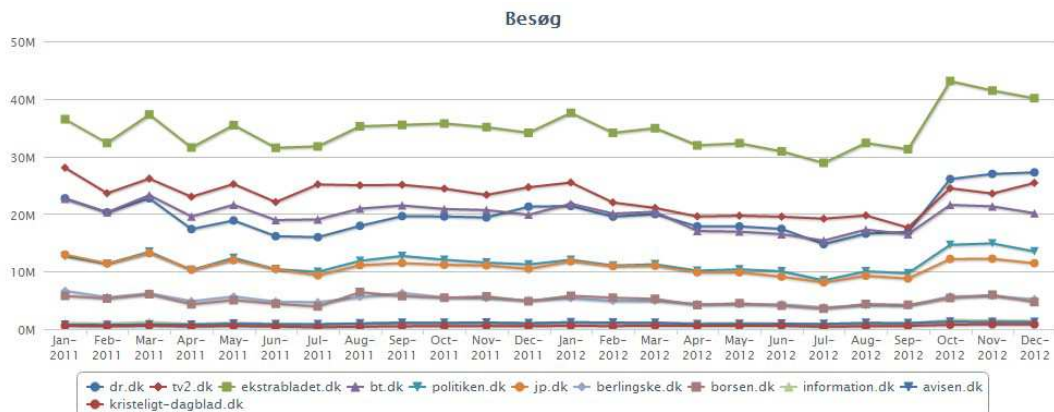
Opgørelser af markedsandele

I de følgende afsnit gennemgås opgørelser af brugere, sidevisninger, besøg og tidsforbrug. Opgørelserne er foretaget på baggrund af Gemius data, der er et fælles målesystem, som er implementeret på alle 11 nyhedssites i opgørelsen. De enkelte nyhedssites er målt på samme vilkår, og al webtrafik er registreret. Opgørelser over det samlede internetforbrug er baseret på Gemius panelmåling, der registrerer al internettrafik på ca. 6.300 danske brugeres computere. Der er sammenlignet på baggrund af gennemsnitlige månedsdata for 2012 i alle tabeller og graferne illustrerer udviklingen over de seneste 48 måneder.

Besøg

	Gennemsnit pr. måned i 2012		
	Besøg	Andel af nyhedssites-besøg	Andel af internet-besøg
ekstrabladet.dk	31.462.662	27%	3,7%
tv2.dk	20.245.177	17%	2,4%
dr.dk	18.435.744	16%	2,2%
bt.dk	17.043.136	15%	2,0%
politiken.dk	9.987.549	9%	1,2%
jp.dk	9.169.663	8%	1,1%
borsen.dk	4.229.815	4%	0,5%
berlingske.dk	4.035.798	3%	0,5%
information.dk	1.018.319	1%	0,1%
avisen.dk	992.807	1%	0,1%
kristeligt-dagblad.dk	547.628	0%	0,1%
Samlet	117.168.297	100%	13,9%
Internet	845.004.346		100%

Målt på antallet af gange brugerne besøger de enkelte sites, ligger DR på en tredjeplads i sammenligningen med 16 procent af besøgene på nyhedssites og ca. 2,2 procent af alle besøg, som danske internetbrugere foretager på internettet. Når ingen af selv de største danske aktører på nettet opnår markedsandele, som blot tilnærmelsesvis nærmer sig de andele, man kender fra andre medier, skyldes det dels, at nettet fra sin fødsel er et hyperfragmenteret medie med mange udbydere, dels at de største udenlandske sites som Google og Facebook er væsentlig større end de største danske sites.

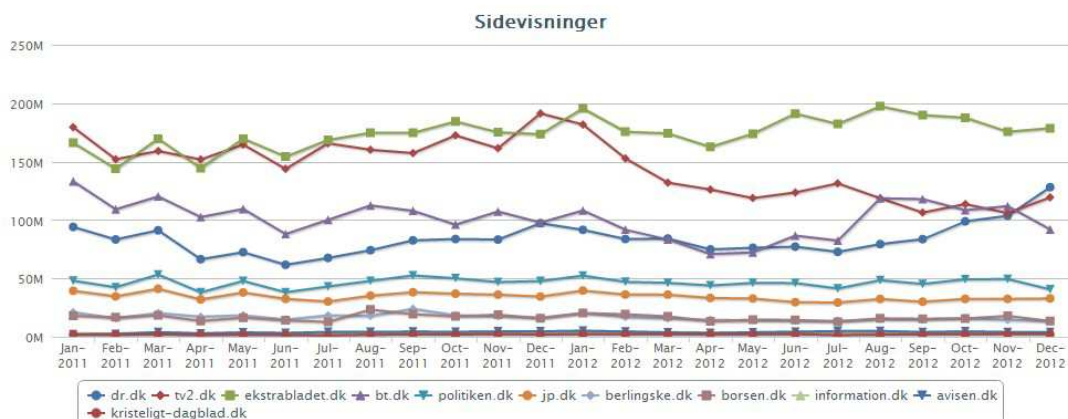


Betragtet over de seneste 48 måneder ses det, at DR er steget fra en fjerdeplads i det meste af 2011 til en andenplads i sidste kvartal af 2012. I fjerde kvartal 2012, er der foretaget en metodeændring, som generelt øger antallet af besøg på de enkelte sites samt tidsforbruget, der er opgjort i et senere afsnit. I øvrigt bemærkes, at udsvingene på dr.dk måned for måned i høj grad afhænger af det ikke-nyhedsrelaterede indhold. Når DR på tv sender populært indhold som Forbrydelsen i efteråret 2012 og julekalender i december, driver det også trafikken på dr.dk.

Sidevisninger

	Gennemsnit pr. måned i 2012		
	Sidevisninger	Andel af sidevisninger på nyhedssites	Andel af internet-sidevisninger
ekstrabladet.dk	165.782.533	30%	2,2%
tv2.dk	121.782.660	22%	1,6%
bt.dk	86.923.764	15%	1,2%
dr.dk	80.481.602	14%	1,1%
politiken.dk	40.854.865	7%	0,5%
jp.dk	28.960.373	5%	0,4%
borsen.dk	14.144.547	3%	0,2%
berlingske.dk	12.862.861	2%	0,2%
avisen.dk	4.080.379	1%	0,1%
information.dk	3.104.034	1%	0,0%
kristeligt-dagblad.dk	1.931.089	0%	0,0%
Samlet	560.908.708	100%	7,5%
Internet	7.501.941.604		100%

DR har ca. 14 procent af alle sidevisninger på nyhedssites og ca. 1,1 procent af alle sidevisninger, som den danske befolkning foretager på internettet samlet set. Ekstrabladet har ca. dobbelt så mange sidevisninger som DR, og generelt er der store spring mellem de enkelte sites.

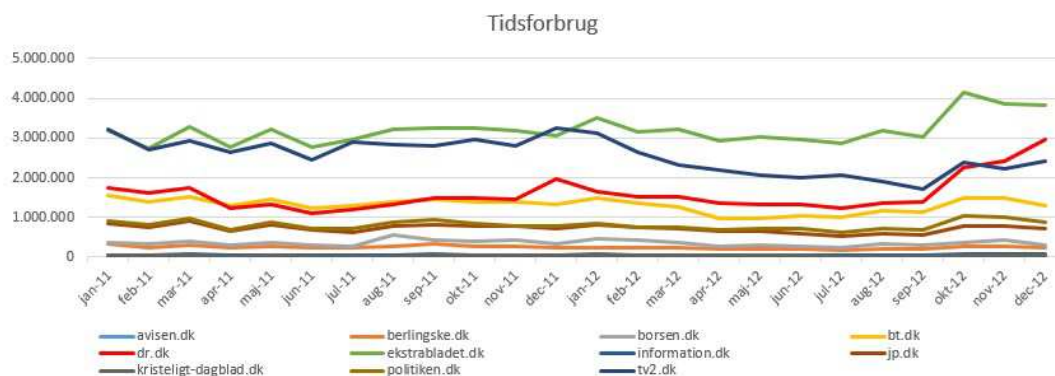


Udviklingen i antallet af sidevisninger over de seneste 48 måneder viser en stigning i DRs trafik i andet halvår af 2012, og i december måned opnåede DR en andenplads blandt de betragtede sites, dog ikke, som nævnt ovenfor, med øget brug af nyhedsindholdet som den væsentligste årsag.

Tidsforbrug

	Gennemsnit pr. måned i 2012		
	Tidsforbrug samlet (timer)	Andel af nyhedssites-tidsforbrug	Andel af internet-tidsforbrug
ekstrabladet.dk	3.309.750	31%	2,6%
tv2.dk	2.250.713	21%	1,8%
dr.dk	1.690.758	16%	1,3%
bt.dk	1.221.738	12%	1,0%
politiken.dk	783.805	7%	0,6%
jp.dk	674.873	6%	0,5%
borsen.dk	339.064	3%	0,3%
berlingske.dk	220.382	2%	0,2%
information.dk	59.108	1%	0,0%
avisen.dk	36.280	0%	0,0%
kristeligt-dagblad.dk	30.919	0%	0,0%
Samlet	10.617.391	100%	8,3%
Internet	127.530.568		100%

Ud af det samlede antal timer, der er brugt på nyhedssites, har DR ca. 16 procent, hvilket svarer til ca. 1,3 procent af det samlede tidsforbrug på internettet.



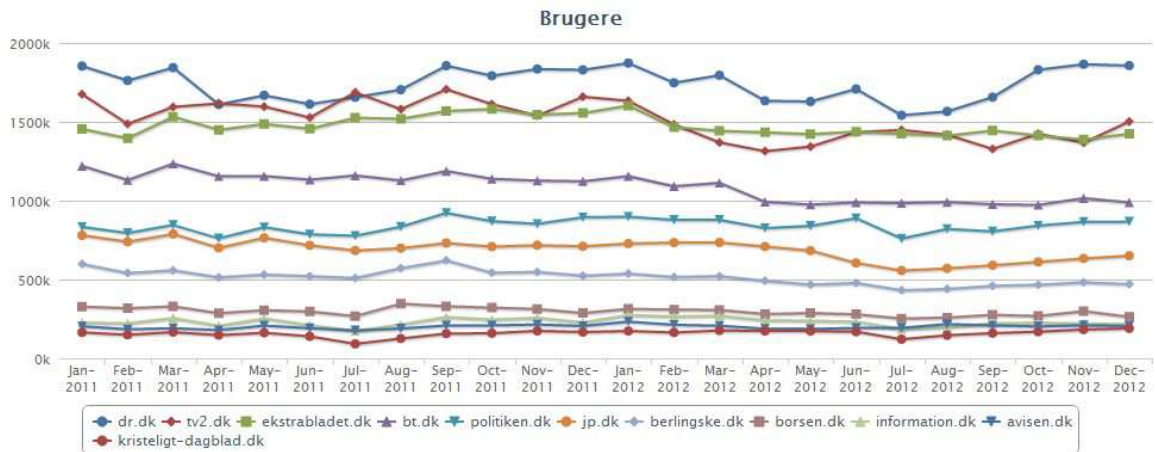
Udviklingen i tidsforbruget over de seneste 48 måneder følger samme mønster som sidevisninger, hvor DR stiger i andet halvår af 2012 og når op på en andenplads i fjerde kvartal.

Brugere

Gennemsnit pr. måned i 2012

	Brugere	Dækning blandt nyhedssite-brugere	Dækning blandt internet-brugere	Max dobbelt-dækning
dr.dk	1.620.803	53%	36%	77%
tv2.dk	1.367.965	44%	30%	81%
ekstrabladet.dk	1.343.991	44%	30%	86%
bt.dk	956.271	31%	21%	92%
politiken.dk	776.063	25%	17%	90%
jp.dk	597.462	19%	13%	91%
berlingske.dk	430.849	14%	10%	94%
borsen.dk	260.120	8%	6%	90%
information.dk	214.767	7%	5%	94%
avisen.dk	194.260	6%	4%	90%
kristeligt-dagblad.dk	156.194	5%	3%	89%
Samlet for nyhedssites	3.083.634	100%	69%	
Internet	4.492.281		100%	

Der var gennemsnitligt ca. 4,5 millioner danske internetbrugere om måneden i år 2012. Heraf anvendte ca. 3,1 millioner mindst ét af de 11 sammenlignede landsdækkende nyhedssites. Dr.dk har flest brugere med ca. 1,6 million pr. måned, svarende til 53 procent af de brugere, der anvender de 11 nyhedssites, eller 36 procent af alle internetbrugere. 23 procent af dr.dk's brugere anvender kun dr.dk blandt de 11 sites i løbet af en måned, mens 77 procent også besøger andre af de landsdækkende netnyhedsmedier. Her skal dog understreges, at dækningstallene er beregnet på basis af den samlede trafik for de 11 sites, altså ikke kun for nyhedsindholdet.



Over de seneste 48 måneder har størrelsesforholdene målt på brugere været forholdsvis ensartede mellem de 11 nyhedssites. DR ligger stabilt i toppen, særligt i perioder med stor brug af det tv-relaterede indhold.

Kilder

Gemius Explorer: Datasæt fra januar 2011 til december 2012 fra Audience og Softwarepanel

FDIM Toplisten: <http://www.fdim.dk/statistik/internet/toplisten>

FDIM/Danske Medier: "Danskernes brug af internettet", 2011 og 2012 udgaver:

<http://www.fdim.dk/statistik/danskernes-brug-af-internettet>

Spørgsmål

For spørgsmål til notatet kontakt venligst:

Allan Sørensen, Danske Medier

Mail: as@danskemedier.dk

Niels Marslev, DR

Mail: NIMA@dr.dk

BILAG 4: NYHEDS-
FEEDS PÅ DR.DK/P⁴⁷

BORNHOLM:

Bornholm.nu
Bornholms Tidende
TV2/Bornholm

MIDT & VEST:

Skive Folkeblad
Midtjyllands Avis
Herning Folkeblad
TV/Midt-Vest
dagens.dk
Vejle Amts Folkeblad

SJÆLLAND + NV

SJÆLLAND:

Sjælland EU Nyt
Sjællands Nyheder
Folketidende
TV2 Øst
dagens.dk
Zealand Danmark
Nordvestnyt

ØSTJYLLAND:

Lokalavisen Ebeltoft
Århus Stiftstidende
dagens.dk
Din avis Randers
Favrskovposten
Horsens Folkeblad
JP - Aarhus
Lokalavisen Hinnerup
Lokalavisen Grenaa
Lokalavisen Aarhus
Lokalavisen Kalø Vig
Lokalavisen Norddjurs
Lokalavisen Skander-
borg
Lokalavisen Syddjurs
Randers Amtsavis
Samsø Posten

TV Syd
TV2/Østjylland

NORDJYLLAND:

dagens.dk
Kanal Brønderslev
Kanal Frederikshavn
Kanal Hjørring
TV2 Nord

SYD + ESBJERG:

Budstikken Vejen
Budstikken Esbjerg
Budstikken Varde
dagens.dk
Esbjerg Kommune
Fanø Kommune
jv.dk
Region Syddanmark
TV Syd
Varde Kommune
Aabenraa Kommune
Budstikken Sønder-
borg
Budstikken - Aabenraa
Budstikken Tønder
Budstikken Haderslev
Budstikken Vojens
Haderslev Kommune
Sønderborg Kommune
Tønder Kommune

TREKANTEN:

Budstikken Vejle
Budstikken Kolding
Budstikken Fredericia
dagens.dk
Horsens Folkeblad
jv.dk
Midtjysk Ugeavis
TV Syd
Vejle Amts Folkeblad

FYN:

dagens.dk

fyens.dk
TV 2 Fyn
Region Syddanmark

KØBENHAVN:

Albertslund Posten
Allerød Nyt
dagens.dk
Det Grønne Område
Furesø Avis
Hillerød Posten
Hvidovre Avis
Lokalavisen
Lokalavisen Egedal
Lokalavisen Frederi-
kssund
Lokalavisen Greve
Lokalavisen Helsingør
Lokalavisen Herlev
Lokalavisen Hornsher-
red
Lokalavisen Ishøj
Lokalavisen Solrød
Lørdags-Avisen
Roskilde Avis
Rudersdal Avis
Sjællands Nyheder
Ugebladet Hørsholm
Uge-nyt Fredensborg
Villabyerne

³⁷ Bilaget er udarbejdet af DR.

Bilag 5: Retningslinjer for links til DR.dk³⁸

”Du må gerne linke til DR.dk, så længe du gør det i overensstemmelse med god skik. Generelt tillader DR, at du linker til indhold på DR.dk, hvis du følger nedenstående retningslinjer:

Brugeren skal sendes til DR.dk fra den side, hvor der linkes: Dvs. ingen brug af pop-ups, overlays el.lign. der giver indtryk af, at indholdet "bor" på det site, der linkes fra (se også retningslinjer i forhold til framing og indlejring nedenfor).

- Linkingen må ikke være direkte koblet til en kommerciel aktivitet: Det kunne fx være ved at linkingen indgår som en del af et abonnement eller andre direkte former for brugerbetaling.
- Linkingen må ikke være snyltende på DRs virksomhed: Det betyder fx, at man ikke må lave en stor og omfattende linksamling til indhold fra DR.dk, præsenteret som indhold på det site, hvorfra der linkes. Det må ligeledes ikke fremstå som om, at DRs materiale anbefaler eller opkvalificerer linkerens indhold.
- Den side hvorfra der linkes til DR må ikke indeholde krænkende indhold: Det kan fx være tilfældet hvis den pågældende side hvorfra der linkes udbreder racistiske budskaber, porno eller krænker andres ophavsrettigheder.
- Det skal klart fremgå at der linkes til DR: Vær dog opmærksom på, at dette ikke må ske ved brug af DRs varemærker (logoer mv.) uden forudgående tilladelse.
- DR accepterer ikke indlejring og/eller 'framing' af indhold fra DRs websider, med mindre DR eksplicit har givet tilladelse hertil.”

³⁸ Bilaget er udarbejdet af DR.

Bilag 6: Standardregler for links udformet af Danske Dagblades Forening

”Link

Du må gerne henvise til forsiden af vores hjemmeside (navnet) med tydelig kildeangivelse. Til gengæld accepterer vi ikke gentagen og systematisk brug af dybe link direkte ind til underliggende materiale på hjemmesiden. Der må heller ikke linkes på en måde, så vores hjemmeside (navnet) kommer til at se ud, som om den er en del af en anden hjemmeside, medmindre du har indgået en aftale med os. Overtrædelser medfører krav om vederlag, erstatning og godtgørelse.”

Anvendt litteratur

- Lund, A.B. (2000). "Først med det sidste – en Nyhedsuge i Danmark". Ajour.
- Lund, A.B. (2002). "Fra nyheder til her- og derheder." I Frank Esmann (red): "Nyhedskriterierne i det 21. århundrede." DR-multimedia.
- Lund, A.B. (2002). "Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse." Magtudredningen: Aarhus Universitetsforlag.
- Lund, A.B., Willig, I. og Blach-Ørsten, M. (2009) "Hvor kommer nyhederne fra?" Ajour, Århus.
- Hartley, J.M. (2009) "Uden saks og klister..." kapitel i "Hvor kommer nyhederne fra?" af Lund, A.B., Willig, I. og Blach-Ørsten, M. Ajour: Århus.
- Hartley, J.M. (2011) ph.d. afhandling "Radikalisering af kampzonen: en analyse af netjournalistisk praksis og selvforståelse i spændingsfeltet mellem idealer og publikum" indleveret ved Roskilde Universitet.
- Hartley, J.M. (2012). "Nyheder på internettet", Handelshøjskolens Forlag.