

Mediepolitik er demokratipolitik. Demokratipolitik er mediepolitik.

Frie Grønnes medieudspil 2021

Frie Grønnes mediepolitik er et bud på, hvordan vi som samfund og fællesskaber kan svare begavet tilbage på, at den demokratiske samtale, den kritiske offentlighed og kvalitetsjournalistikken lige nu er under et dobbelt krydspres: Dels fra teknologiudviklingen og dels fra, at de bærende demokratiske institutioner er svækket på grund af vigende folkelig opbakning.

For det første teknologipresset: Den teknologiske udvikling har betydet, at de danske mediers forretningsmodel med to primære indtægtskilder - abonnementsindtægter og reklameindtægter - har mistet en stor del af først det ene indtægtsben: abonnementsindtægterne, pga. at en ny internet-generation af medieforbrugere er blevet forvænt med, at nyhederne – på skrift, lyd og billeder - er gratis. Og som om det ikke var problematisk nok i sig selv, så har de danske medier nu også mistet en stor del af det andet indtægtsben: Annonceindtægterne. Fordi disse nu går til de globale tech-virksomheder, der reelt har opnået globalt monopol på de dominerende sociale medieplatforme.

Uden overdrivelse kan man konstatere, at virksomheder som eksempelvis Facebook, Google, Twitter, Apple og Amazon nu ejer den altdominerende globale kommunikationsinfrastruktur, som langt de fleste borgere i Danmark bruger og tager for givet.

Det betyder, at de kommunikationsplatforme, vi i dag bruger, er organiseret, ledet og drevet ud fra helt snævre økonomiske egeninteresser og ikke ud fra et klassisk publicistisk formål eller med demokratiets ve og vel for øje. Sat på spidsen kan man sige, at den demokratiske kommunikationsinfrastruktur reelt er blevet privatiseret.

For det andet demokratipresset: De bærende demokratiske institutioner er ikke bare under pres, de er mange steder på kloden under direkte afvikling. Den seneste rapport fra Freedom House dokumenterer, at ud af verdens 192 lande er demokratiet gået tilbage i 80 af dem. Og kun i ét land var demokratiet styrket i 2020, fremgår det af rapporten. I de resterende 111 lande var den demokratiske situation status quo.

En af følgerne af denne demokratiske erodering er, at nationalkonservative og højreradikale populistiske partier og politiske bevægelser vinder frem. Det sker i Europa, det sker i USA, det sker i Latinamerika, det sker i Asien. Det sker alle steder på kloden.

Op igennem nullerne og 10'erne har vi blandt andet set højrepopulister vinde valg i Polen, Ungarn og England. Det samme er tilfældet i Rusland, Tyrkiet, Indien, Indonesien og Brasilien. Man kan i sit stille sind håbe, at det netop overståede amerikanske valg er udtryk for en politisk modbevægelse. Men det er langt fra sikkert.

Koblingen af at de globale kommunikationsveje er kommet på private hænder, og at demokratiet og dets institutioner er under pres mange steder på kloden er en giftig cocktail. Fordi de to udviklingstendenser – den teknologiske og den antidemokratiske – forstærker hinanden med det resultat, at borgerne ikke i samme grad møder hinanden – uagtet at de bor i samme lokalområde eller region - i en fælles kritisk og pluralistisk offentlighed. Resultatet er, at der på de digitale medier opstår parallelle politiske og kulturelle økokamre, som er styret og prioriteret af de store tech-virksomheder og deres økonomiske interesser.

Denne opdeling af befolkningen i adskilte kommunikationsgrupper er

særligt farligt, fordi vi i de kommende årtier i fællesskab skal blive enige om en lang række meget hårde og dermed konfliktfyldte politiske prioriteringer; ikke mindst på klimaområdet. Prioriteringer, der vil udfordre vores vante verdensbillede og livsstil. Det vil sige den måde vi arbejder, forbruger, rejser og bor på. Så konfliktniveauet går kun én vej: Op ad.

Ovenstående er en global udviklingstendens. Men det er også et mønster, vi desværre ser tilløb til selv i et så relativt kulturelt homogent land som Danmark. Hvor man kan opleve, at mennesker, der bor dør om dør reelt lever i hver sin kulturelle og værdimæssige parallelverden. Og i den ophedede debat på de sociale medier ser man oftere og oftere, at videnskabelige fakta bliver opfattet som - i bedste fald - partsindlæg, hvis de ikke direkte bliver aflæst som falske nyheder plantet af "modstanderen".

Vi skal derfor som samfund være særdeles opmærksomme på, at vi ikke mediepolitisk understøtter, at følelser og personlige oplevelser trumfer videnskabelige fakta og kritisk tænkning. Derfor handler Frie Grønnes mediepolitik om så meget mere end størrelsen af dette års bevillinger til Danmarks Radio, eller hvor meget af Danmarks Radios produktion, der skal udliciteres til private producenter.

Vores overordnede mediepolitiske ambition er, at Danmark som samfund skal generobre den demokratiske infrastruktur – både teknologisk, indholdsmæssigt og socialt. Og at vi som borgere får generobret vores egen demokratiske autoritet og derigennem genfinder vores lyst til at involvere os i de demokratiske beslutninger, prioriteringer og diskussioner der er, hvor vi nu engang bor, arbejder og lever.

Derfor har Frie Grønne også et særligt fokus på at udvikle de allerede eksisterende lokale og regionale medier samt at give nye medier en chance gennem støtte fra innovati-

onspuljen. Vores tilgang er: Fællesskabet skal prioritere tilstrækkelig risikovillig kapital til at sikre det nødvendige faglige og innovative løft af de danske medier – etablerede som nye. Men det er samtidig afgørende for Frie Grønne, at de selv-samme medier på sigt udvikler økonomisk bæredygtige forretningsmodeller. Gerne inspireret af de bedste erfaringer fra moderne medarbejder-ejede og medlemsejede forretningsmodeller.

Det er med afsæt i ovenstående mediepolitiske overvejelser, at Frie Grønne har identificeret syv særlige indsatsområder:

- 1. Danmark skal være et mediepolitisk laboratorium**
- 2. Tekst, lyd og video skal sidestilles i produktionsstøtten**
- 3. Mere plads til nye eksperimenterende medier**
- 4. Styrkelse af borgernes mediedannelse**
- 5. Demokratisk kontrol af de globale tech-virksomheder**
- 6. Lokale og regionale medier - en grundsten i vores demokrati**
- 7. Danmarks Radio – som vi ikke vil være foruden**

1. Danmark skal være et mediepolitisk laboratorium

Danmark er et land med en stolt tradition for kritisk journalistik og kvalitetsbåren nyhedsformidling. Ikke mindst sikret gennem vores to nationale public service virksomheder Danmarks Radio og TV2 samt en række landsdækkende og lokale aviser og mediehuse.

Sammen med de private medier udgør DR og TV2 grundlaget og forudsætningen for en fri kritisk offentlig debat, der hver dag ilter og kvalitets-sikrer vores demokrati og kritisk udfordrer centrale politiske og økonomiske magthavere. På den måde kommer de danske medier til at agere som stødpuder mod misinformation og konspirationsteorier.

Men den digitale udvikling, konkurrencen fra udenlandske medievirksomheder og danskernes ændrede medievaner, stiller store krav til mediers innovationskraft – på både lokalt, regionalt og nationalt niveau.

Derfor foreslår Frie Grønne, at vi gør hele Danmark til et mediepolitisk laboratorium. Et laboratorium, hvor private og offentlige medier i samarbejde med vores medie- og kommunikationsuddannelser og ikke mindst borgerne udvikler nye medieinitiativer, tester nye teknologiske muligheder og afprøver anderledes formidlingsformater.

Vi ser for os et helt nyt hybrid-mediepolitisk samarbejde præget af den tænkning og den skaberkraft, der prægede højskole-, andels- og kooperationsbevægelsen for hundrede år siden. Hvor alle involverede samfundsaktører – medier, højskoler, borgergrupper, kulturlivet og folkeoplysningsforeninger - investerede viden, engagement og økonomi i et nationalt folkeoplysende dannelsesprojekt.

Hvis de kunne det dengang, kan vi også i dag.

Til at gå i front og bane vejen for et Danmark som mediepolitisk laboratorium, vil Frie Grønne afsætte 150 mio. kr. årligt til at oprette og drive et eksperimenterende nationalt mediecenter. Centeret skal både forske, dokumentere, formidle og sætte udviklingsprojekter i gang. Den viden og erfaring, som centeret genererer, skal både komme alle medlemmerne af det nationale mediecenter til gode, men den skal også formidles til en bredere offentlighed. Udover den offentlige grundfinansiering skal det nationale mediecenters økonomi være båret af bidrag fra de medier, som ønsker at være en del af centerets udviklingsarbejde og vidensnetværk.

Det nationale mediecenter skal tage afsæt i det udviklings- og forskningsarbejde, der allerede foregår på

universiteterne, i DR Medieforskning og ikke mindst internt i de private medier. Derudover skal det nationale mediecenter kunne inddrage andre fagligheder - eksempelvis it-specialister, kunstnere, arkitekter og antropologer.

Frie Grønne er overbeviste om, at et nationalt mediecenter – som internationalt skal kunne måle sig med eksempelvis MIT Media Lab - vil få en afgørende rolle og betydning, når vi i de kommende år sammen skal

skabe et stærkt demokratisk og mangfoldigt dansk medielandskab. Det nationale mediecenter skal derfor være et både ambitiøst, modigt og eksperimenterende mødested for medier, journalister, forskere, kunstnere, designere og borgere. Og sikre, at danske medier fortsat vil være førende, når det gælder om at skabe kritisk, oplysende og samfundsrelevant indhold i de formater, som borgerne efterspørger.

Forventet udgift: 150 millioner kroner årligt.

2. Tekst, lyd og video skal sidestilles i produktionsstøtten

Når der hvert år uddeles redaktionel produktionsstøtte til danske medier, så går støtten kun til tekstbaserede medier. I Frie Grønne mener vi, at det er en forældet tankegang og foreslår at sidestille journalistik på tekst, lyd og video, så det bliver muligt at søge produktionsstøtte til alle typer af medieproduktioner på både analoge og digitale platforme.

Så længe nyhederne og det journalistiske arbejde, der ligger bag, lever op til de nuværende krav i produktionsstøtten i forhold til aktualitet og

samfundsrelevans, så ser vi ingen grund til, at et medie som Politiken eller Weekendavisen ikke skal have samme støtte til at udkomme på lyd, som et medie som Berlingske eller Information skal have til at udkomme på skrift.

Med en ligestilling af tekst, lyd og video får medierne friere hænder til at innovere, afprøve og teste nye formater og måder at udkomme på, så de fortsat kan bidrage til et højt oplysningsniveau og den demokratiske samtale.

3. Digital omstilling af etablerede medier og mere plads til nye medier

Både den teknologiske udvikling og danskernes medieforbrug ændrer sig, som før beskrevet, markant i disse år. De fleste dagblade bløder abonnenter. Og annoncørerne flytter mange af deres deres annoncer fra de danske avissider til de globale tech-virksomheders sociale medieplatforme.

For at de danske medier fortsat kan gøre sig relevante for deres målgruppe og spille en afgørende demokratisk rolle i det danske samfund, må de konstant udvikle deres måder at udkomme og distribuere på. Ja, udvikle deres forretningsmodel – både organisatorisk, fagligt og økonomisk.

Samtidig er det afgørende, at den næste generation af medieiværksættere konstant udfordrer og inspirerer de allerede etablerede medier. Vi skal gøre plads til nye ideer og initiativer, når det gælder brugen af nye teknologiske platforme, læser- og brugerinvolvering eller strategiske samarbejdsprojekter med det omgivende samfund.

For at sikre, at ovenstående ambitioner bliver indfriet, mener vi, at Innovationspuljen skal opdateres både fagligt og udvides økonomisk. Puljen er allerede med til at skabe fornyelse i medieverdenen – se bare på Zetland og Føljeton, der formentlig ikke

var blevet til uden Innovationspuljen. Men puljen trænger til en opgradering, så nye og etablerede medier eksempelvis også kan søge om støtte til audiovisuelle innovationsprojekter.

Derudover foreslår vi, at medier i særlige tilfælde skal kunne søge innovationsstøtte uden krav om egenfinansiering, når de målretter deres produkt borgere, der ikke har økonomi til at abonnere på det pågældende nyhedsmedie. I stedet for kravet om egenfinansiering skal der derimod eksempelvis kunne stilles krav om, at en vis andel af målgruppen udtrykker interesse for produktet; det kan for eksempel være gennem "letters of interest".

Når disse justeringer af puljen er på plads, foreslår Frie Grønne, at Innovationspuljen skal have et markant økonomisk løft fra 20,7 mio. kr. til 200 mio. kr. årligt. Samtidig skal Innovationspuljen organisatorisk og fagligt kobles sammen med det nationale mediecenter, så der opnås maksimal synergi mellem de projekter, som Innovationspuljen går ind i og det udviklingsarbejde, der foregår i det nationale mediecenter.

Forventet udgift: 179,3 millioner kroner årligt.

4. Styrkelse af borgernes mediedannelse

Internettet og de sociale medier har radikalt ændret medielandskabet og har skabt nye muligheder for direkte demokratisk deltagelse og dialog. Men omvendt ser vi også voldsomt bekymrende negative tendenser såsom spredningen af falske nyheder og dyrkelse af konspirationsteorier.

Den bedste vaccine mod disse demokratisk underminerende tendenser er en velinformeret befolkning, som kan forholde sig kritisk til omverdenen og de historier, som de bliver præsenteret for. Derfor ser Frie Grønne det som en bunden opgave at sikre et kontinuerligt politisk fokus på at styrke borgernes mediekritiske tilgang og evne til at orientere sig i en verden, hvor falske nyheder, konspirationsteorier og algoritmedrevne konflikter vinder frem.

Der skal derfor laves brede folkeoplysende indsatser. Men der er også brug for et særligt fokus på fremtidens mediebrugere - vores børn og unge. Derfor foreslår Frie Grønne, at der afsættes 150 mio. kr. årligt til at forbedre undervisningen i folkeskolen og på ungdomsuddannelserne,

når det gælder kritisk medieforbrug, kildekritik, brug af sociale medier samt ikke mindst børn og unges rettigheder og sikkerhed på nettet.

Til at understøtte dette medie-dannelsesløft af vores børn og unge ønsker Frie Grønne, at den store mængde af kvalitetsjournalistik, der allerede nu produceres i Danmark, skal være mere tilgængelig for unge.

Derfor foreslår vi at afsætte 405 mio. kr. årligt til et medieklippekort til alle unge mellem 16-25 år, der giver rabat på ét af de danske nyhedsmedier, der leverer samfundsrelevant indhold. Et medieklippekort vil samtidig have den positive sideeffekt, at det vil tilskynde flere både nye og etablerede medier til at gøre deres nyheder og historier mere vedkommende for den yngre målgruppe.

Forventet udgift: 150 millioner kroner årligt til styrkelse af medieundervisningen. 405 millioner kroner årligt til et medieklippekort til unge mellem 16-25 år.

I alt: 555 mio. kr. årligt.

5. Demokratisk kontrol af de globale tech-virksomheder

Ganske få – primært amerikanske, men også kinesiske - tech-virksomheder ejer de afgørende globale kommunikations-platforme. Dette er ikke blot en forretningsmæssig udfordring for de danske medier, men sætter også spørgsmål ved forudsætningen for overhovedet at have en demokratisk, kritisk og fri debat.

I 2020 konkluderer Institut for Menneskerettigheder eksempelvis, at "tech-giganterne har en hidtil uhørt mulighed for at påvirke menneskerettigheder og demokratiske processer for millioner af borgere samtidig med, at de agerer uden for demokratisk kontrol".

I den bedste af alle verdener, burde vi i EU-regi tage initiativ til, at der blev etableret en public service-styret socialmedieplatform, i samarbejde mellem alle de øvrige europæiske public service-virksomheder, som alternativ til Facebook, Instagram, Twitter etc. En social medieplatform fri for annoncer og konflikt-optrappende algoritmer og hvor formålet ikke er at tjene penge, men at skabe den bedst mulige ramme for en mangfoldig fri og kritisk demokratisk samtale borger og borger imellem.

Frie Grønne er opmærksomme på, at en så ambitiøs ide, af de fleste, givet vil blive anset som helt utopisk. Men vi vil som parti dog stadig forfægte, at det vil være det rigtige at gøre. Det næstbedste er, at der bliver formuleret nogle langt klarere demokratiske og økonomiske spilleregler for de globale tech-virksomheder.

Der foregår allerede processer i USA og i EU-regi, hvor man ser på mulighederne for at stramme kontrollen med selskaberne, splitte selskaberne op, forbedre beskyttelsen af forbrugerne og stille en række nye krav til platformenes praksis, når de fjerner eller modererer indhold.

Herudover mener vi, at det er relevant at undersøge hvilke muligheder, der ligger i den nationale danske lovgivning, eksempelvis medieansvarsloven, i forhold til at stille flere krav til tech-virksomhederne.

Hertil vil Frie Grønne arbejde for yderligere at styrke rettighedshavernes position i forhold til de store internettjenester og for at de globale tech-virksomheder skal betale omsætningskat i Danmark.

6. Lokale og regionale medier - en grundsten i vores demokrati

Demokratiet lever hver eneste dag i de små lokalsamfund rundt om i landet, hvor borgerne debatterer med og forholder sig til hinanden. En af grundstenene i dette demokratiske liv er de lokale og regionale medier, som formidler lokale nyheder og kvalitetsjournalistik til borgerne.

Men netop i disse år bliver lokal- og regionalmedierne presset ud af markedet. I Danmark er hver fjerde lokalredaktion og hver fjerde ugeavis i løbet af de sidste 10 år lukket. Flere steder i landet taler man sågar om reelle nyhedsørkener, hvor lokaljournalistikken er svunden så meget ind, at det er svært at opstøve en kritisk journalist.

Derfor er det afgørende for Frie Grønne, at vi nu målrettet hjælper de lokale og regionale mediehuse til at udvikle deres formidlingsformer og forretningsmodeller. Måske skal den lokale ugeavis overgå til at blive

web-baseret? Måske skal historierne læses op og formidles på lyd i stedet for skrift? Måske skal historierne skrives af borgerne selv?

Som nævnt tidligere vil vi give Innovationspuljen et markant økonomisk løft fra 20,7 til 200 mio. kr. årligt. Midlerne skal blandt andet gøre det muligt at starte nye lokale og regionale medier op samt understøtte både den digitale omstilling og løfte kvalitetsniveauet af den kritiske journalistik i de allerede eksisterende lokale og regionale medier.

I Frie Grønne har vi derudover også en ambition om, at der skal opstå flere medier med nye ejerformer, såsom medarbejderejede eller medlemsejede medier. Medier, der gør en dyd ud af at bygge på et forpligtende - både fagligt som organisatorisk - samarbejde mellem borgergrupper, civilsamfundsorganisationer, oplysningsforbund og lokale medievirksomheder.

7. Danmarks Radio – som vi ikke vil være foruden

Frie Grønne er ikke i tvivl om, at Danmarks Radio kommer til at spille en helt afgørende rolle, hvis vores medie-ambitioner skal realiseres. Men for at tydeliggøre og præcisere DR's samfundsmæssige demokratiske betydning, ønsker Frie Grønne en diskussion om, hvilken rolle Danmarks Radio fremadrettet skal have i det samlede medie-økosystem. Og dermed også hvilken særlig folkeoplysende opgave, som DR skal løfte.

For DR er ikke bare et nyhedsmedie som alle andre; DR er Danmarks Radio – den vigtigste og største public service-spiller, vi har. Derfor har DR også et helt særligt ansvar for, hvordan den demokratiske samtale i Danmark udvikler sig.

Derfor ønsker Frie Grønne at sætte Danmarks Radios fremtidige rolle til debat. Det skal være en bred offentlig debat og dialog med både de øvrige medieaktører i Danmark samt medieordførerne i Folketinget. Men ikke mindst ønsker Frie Grønne en debat og dialog med dem, det hele handler om: borgerne.

Derfor foreslår Frie Grønne at der nedsættes et medie-borgerting med afsæt i de erfaringer, vi netop nu gør os med klima-borgertinget. Medie-borgertinget skal bestå af 100 udvalgte borgere, så det afspejler den mangfoldighed, der er i Danmark i dag.

Medie-borgertinget skal fremlægge deres konklusioner og anbefalinger overfor statsministeren, i hendes rolle som pressens minister, kulturministeren, DR's bestyrelse og partiernes medieordførere senest et år efter, at borgertinget er blevet nedsat.

Medie-borgertinget serviceres af et sekretariat ledet af det nationale mediecenter. Og der afsættes 1,5 mio. kr. til afviklingen af borgertinget, faglig support og formidling af borgertingets anbefalinger og konklusioner.

Følgende temaer og spørgsmål kunne være relevant, at medieborgertinget blandt andet tog stilling til:

- Hvordan bliver DR det organisatoriske og fagligt fornyende omdrejningspunkt for de øvrige medier i det danske medie-økosystem?
- Hvordan kan DR i sin nyhedsdækning, i sit programindhold og i valg af kilder, eksperter og værter afspejle det mangfoldige liv, som leves i Danmark anno 2021.
- Hvordan kan DR være med til at genopfinde og forny public-service med afsæt i de udfordringer, vi som samfund i dag står overfor?
- Hvordan kan DR mere målrettet sammen med det nationale

mediecenter understøtte udviklingen af borger-journalistikken i Danmark?

Det nationale mediecenter har ansvaret for organiseringen og afviklingen af medie-borgertinget. Men er derudover også ansvarlig for, at den viden og de anbefalinger og konklusioner, som medie-borgertinget producerer, kommer mediecente-

rets medlemmer til gode efterfølgende. For selvom medie-borgertingets fokus er på DR's fremtidige rolle og opgaver, så vil der givet være overvejelser og konkrete ideer, der er lige så relevante for de øvrige danske medier.

Forventet udgift: 1,5 millioner kroner.

Samlet overblik over tilførte ressourcer til medieområdet

Forslag til tilførte økonomiske ressourcer	(mio. kr. årligt)
1. Danmark skal være et mediepolitisk laboratorium	150
2. Tekst, lyd og video skal sidestilles i produktionsstøtten	0
3. Mere plads til nye eksperimenterende medier	179,3
4. Styrke borgernes mediedannelse	555
5. Demokratisk kontrol af de globale tech-virksomheder	0
6. Lokale og regionale medier - en grundsten i vores demokrati	0
7. Danmarks Radio - som vi ikke vil være foruden	1,5
I alt	885,8