DANSKERNES ADGANG TIL DIGITALT NYHEDS- OG AKTUALITETSINDHOLD

BILAG

FOTO: COLOURBOX

Kulturministeriet

Roskilde Universitet

DMJX Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Aarhus Universitet

ISSN 2445-852X

BILAGSMATERIALE

Danskernes adgang til digitalt nyheds- og aktualitetsindhold

Bilag A: Yderligere beskrivelse af kvantitativ indholdsanalyse af skriftligt indhold 2
Bilag B: Kodemanual til klassificering af skriftligt indhold 13
Bilag C: Kodemanual til klassificering af podcasts 27
Bilag D: Datagrundlag for kvantitative analyser af skriftligt indhold 32
Bilag E: Kvantitative hovedresultater uden telegramstof 40
Bilag F: Kvantitative hovedresultater uden telegramstof; indhold fra live- og ”seneste nyt”-blogs; samt autogenereret indhold 46
Bilag G: Yderligere beskrivelse af den kvalitative interviewundersøgelse 52
Bilag H: Interviewguide 57
Bilag I: Oversigt over undersøgelsens 27 interviewpersoner 60

Bilag A: Yderligere beskrivelse af kvantitativ indholdsanalyse af skriftligt indhold

I dette bilag beskriver vi metoden bag den kvantitative indholdsanalyse af skriftligt medie- og aktualitetsindhold. Som beskrevet i hovedteksten belyser indholdsanalysen 19 danske nyhedsmediers brug af betalingsmure på to måder. For det første undersøger vi, hvor meget digitalt nyheds- og aktualitetsindhold medierne kræver betaling for. Til dette formål har vi udtrukket en stikprøve på 29.858 redaktionelle enheder med tilhørende oplysninger om, hvorvidt hver af disse er foran eller bag betalingsmur. For det andet undersøger vi, om indhold bag betalingsmur adskiller sig fra det indhold, der er frit tilgængeligt. Til dette formål har vi klassificeret stikprøven på en række variable.

For at kunne analysere så meget indhold som muligt, har vi kombineret manuel og automatiseret klassificering (kodning). Først blev 5.386 af de 29.858 enheder i stikprøven tilfældigt udvalgt og klassificeret manuelt af studentermedhjælpere i forhold til en lang række variable. Dernæst blev de resterende 24.472 enheder fra den fulde stikprøve klassificeret automatisk på udvalgte variable ved hjælp af såkaldte *classifiers*, som var blevet udviklet på baggrund af det manuelt klassificerede indhold.

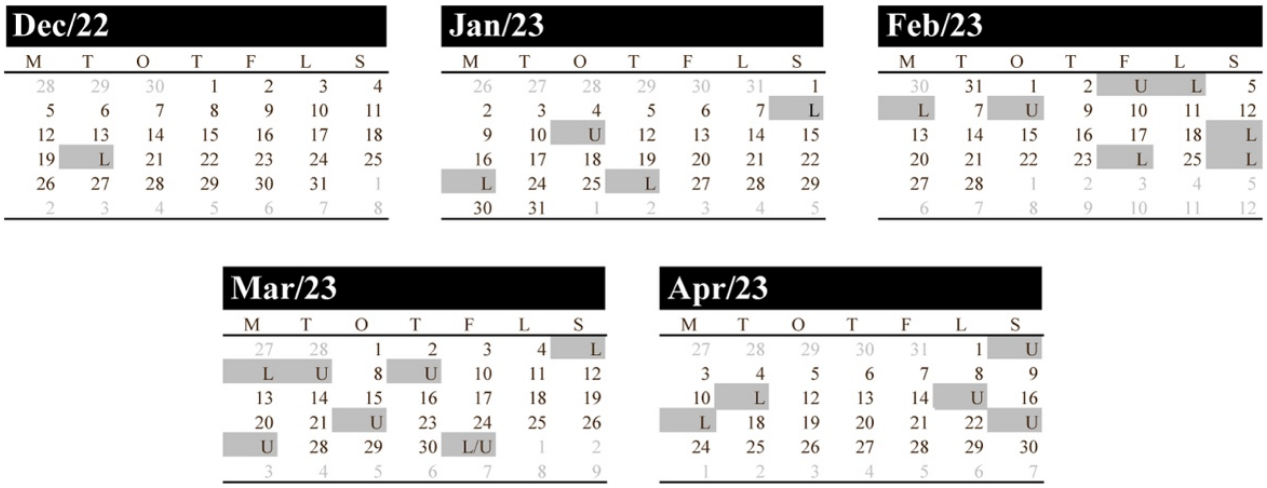
Bilagsfigur 1: Proces for dataindsamling og klassificering af indhold.

I de følgende afsnit beskriver vi indsamlingen af nyheds- og aktualitetsindhold samt den manuelle og automatiske klassificering af indhold.

Dataindsamling

For at sikre stikprøvens repræsentativitet anvendte vi en tilfældighedsbaseret indsamlingsmetode (se blandt andre Andersen & Larsen, 2016). Først opdelte vi perioden mellem 15. december 2022 og 30. april 2023 i 276 halve dage, hvor hver halve dag bestod af enten de lige eller ulige timer i løbet af det pågældende døgn. Dernæst udtrak vi 25 tilfældige halve dage og inkluderede i stikprøven alt det indhold, de 19 nyhedsmedier havde udgivet i disse tidsperioder. Fremgangsmåden er således et eksempel på såkaldt *cluster sampling*, hvilket vi tager højde for, når vi i analyserne beregner statistisk usikkerhed (se blandt andre Wu & Thompson, 2020). Bilagsfigur 2 viser fordelingen af de udtrukne halve dage, hvor "L" angiver lige timer, og "U" angiver ulige timer.

Bilagsfigur 2: Fordeling af udvalgte halve dage.



Bemærk: 24 – ikke 25 – dage er markeret, da både lige og ulige timer blev udtrukket 31. marts.

Analyseenheden i undersøgelsen er redaktionelle enheder. I de fleste tilfælde svarer en redaktionel enhed til en artikel, og de to begreber kan anvendes næsten synonymt. Vores stikprøve inkluderer dog ikke kun artikler, men også indhold fra live- og "seneste nyt"-blogs. Hvis en liveblog dækkede en enkeltstående hændelse eller begivenhed (for eksempel en fodboldkamp), blev den medregnet som en enkelt redaktionel enhed. Hvis bloggen derimod dækkede forskellige nyheder (for eksempel "Nyhedsoverblik" hos Jyllands-Posten) eller et længevarende forløb med forskellige hændelser (for eksempel "Seneste nyt fra krigen i Ukraine" hos Berlingske), blev hver opdatering medtaget som en selvstændig redaktionel enhed. Som vi forklarer i analysen, påvirker dette blandt

andet resultaterne for Jyllands-Posten og Berlingske, da begge medier har en betragtelig mængde frit tilgængeligt blogindhold.

Indsamlingen af datamaterialet foregik manuelt. For hver af de udvalgte halve dage besøgte projektets studentermedhjælpere mediernes websider i en computerbrowser, og de gennemgik hver side systematisk i henhold til en skriftlig vejledning, som var skræddersyet til det pågældende medie. For hver redaktionelle enhed lagrede studentermedhjælperne enhedens URL og oplysninger om, hvorvidt enheden var foran eller bag en betalingsmur. Derudover blev fuldteksten af hver enhed omdannet til en vektor, der indeholdt oplysninger om hyppigheden af hvert af de ord, der indgik i enheden. Data blev typisk indsamlet inden for to uger efter den udtrukne dato. Det var vigtigt løbende at indsamlede oplysninger om, hvorvidt enheder var foren eller bag betalingsmur, da nogle medier gør alt indhold gratis tilgængeligt efter nogle måneder. I alt blev 29.858 redaktionelle enheder udtrukket. For enkelte medier var der ikke angivet klokkeslæt for udgivelse af de redaktionelle enheder, hvorfor det ikke var muligt at afgøre, om de hørte til den pågældende halve dag; for disse medier blev en simpel tilfældig halvdel af indholdet udtrukket fra det pågældende døgn.

At få studentermedhjælpere til at indsamle enhederne er en ressourcekrævende indsamlingsmetode, men vi vurderede ikke desto mindre, at den ville føre til bedre datakvalitet end andre metoder. I planlægningen af projektet undersøgte og fravalgte vi således andre indsamlingsmetoder. Blandt andet havde vi en dialog med Netarkivet under det Det Kongelige Bibliotek om at bruge det indhold, som de skraber fra danske nyhedssider ved hjælp af en såkaldt *web crawler*. Netarkivet informerede os imidlertid om, at deres dækning af danske nyhedssider har huller, da nyhedssidernes indhold kan være svært at skrabe på grund af sidernes komplicerede strukturer, som jævnligt ændrer sig. Netarkivet registrerer desuden ikke systematisk, hvorvidt nyhedsmediernes indhold ligger foran eller bag betalingsmur. Derudover overvejede vi selv at foretage en automatiseret skrabning af indhold fra nyhedssiderne, men denne mulighed blev fravalgt på baggrund af Netarkivets erfaringer.

Undervejs i dataindsamlingen foretog vi en kvalitetskontrol for at sikre, at indhold ikke blev overset i forbindelse med den manuelle indsamling. Denne kontrol viste, at vores indsamlingsmetode indfangede næsten alle udgivne enheder fra alle 19 medier. Konkret undersøgte vi, om hver af enhederne i Infomedias database fra 8. januar kunne genfindes i vores

database. For alle medier kunne mere end 90 procent af indholdet genfindes. Vi lagrede ikke indhold fra Infomedia i forbindelse med kvalitetskontrollen.

Manuel klassificering af medieindhold

Den manuelle klassificering forløb i fire faser. Først udvalgte vi en række variable, som var relevante for problemstillingen vedrørende borgernes adgang til online nyheds- og aktualitetsindhold. Dernæst udviklede vi en kodemanual, som beskrev, hvordan de redaktionelle enheder skulle klassificeres i forhold til de forskellige variable (se bilag B). Kodemanualen blev afprøvet (pilottestet) og tilrettet ad flere omgange for at sikre, at den var let at forstå, og at studentermedhjælperne kunne anvende den ensartet.

Da kodemanualen var færdigudviklet, blev en stikprøve af de indsamlede enheder klassificeret. Konkret blev 5.386 redaktionelle enheder tilfældigt udvalgt fra den samlede stikprøve på 29.958 enheder, og hver af de udvalgte enheder blev læst og klassificeret af en studentermedhjælper. I alt fire studentermedhjælpere deltog i klassificeringsarbejdet. Arbejdet blev tilrettelagt således, at studentermedhjælperne klassificerede tilfældige stikprøver af de 5.386 udvalgte enheder. Formålet var at sikre statistisk uafhængighed mellem, hvem der klassificerede indholdet, og hvilket medie det drejede sig om. Dette modvirker den potentielle skævvridning, som kan opstå, hvis der er små forskelle i, hvordan studentermedhjælpere anvender kategorierne på de forskellige variable.

Interkoderreliabilitet

Da kodningen var færdiggjort, blev en tilfældig stikprøve på 150 redaktionelle enheder klassificeret af tre studentermedhjælpere. Dette gjorde det muligt at beregne såkaldt interkoder-reliabilitet, som er udtryk for, i hvor høj grad studentermedhjælperne anvender kategorierne ensartet.

Vi beregnede tre forskellige mål for interkoder-reliabilitet. For det første beregnede vi procentvis enighed, som udtrykker andelen af tilfælde, hvor studentermedhjælperne var enige. Procentvis enighed er et mål, som er let at forstå, men desværre tager det ikke højde for såkaldt chance-enighed, hvor studentermedhjælperne tilfældigt vælger samme kategori. Vi beregnede derfor også to andre mål, som tager højde for denne udfordring. For det første beregnede vi Krippendorffs α. Dette er et af de mest udbredte mål i litteraturen om kvantitativ indholdsanalyse,

men det er blevet påpeget, at målet undervurderer reliabiliteten, når variable har meget skæve fordelinger (se eksempelvis Lacy et al., 2015: 789). Da mange af vores variable er skæve – fordi én kategori udgør langt størstedelen af alle observationer – beregnede vi derfor også Gwets AC_1, som er blevet foreslået som et alternativ til Krippendorffs α (Ibid.).

Resultaterne er vist i Bilagstabel 1 for alle variable, som anvendes i rapporten. Interkoder-reliabiliteten er generelt høj. Første kolonne viser procentvis enighed, som spænder fra 88 til 100 procent. Anden kolonne viser Krippendorffs α. Der er i forskningslitteraturen en vis uenighed om, hvornår chance-korrigerede mål som α og AC_1 er tilstrækkeligt høje. Neuendorf (2017) opsummerer uenigheden mellem forskere således: ”0,80 eller mere acceptabelt for alle, 0,60 eller mere er acceptabelt i det fleste situationer, og derunder er der uenighed” (egen oversættelse). Vi ser i tabellen, at de fleste variable har α-værdier omkring eller over 0,80. I to tilfælde (”reportage” og ”fokus på statistik”) er α under 0,70, men det skal bemærkes, at begge disse variable har skæve fordelinger, eftersom langt de fleste redaktionelle enheder ikke er reportager og ikke fokuserer på statistik. Dette skaber den føromtalte risiko for, at α undervurderer reliabiliteten. Vi bør derfor også kigge på resultaterne i den tredje kolonne, hvor Gwets AC_1 er rapporteret. Vi ser, at AC_1 for alle variable er over 0,85. Dette er udtryk for høj reliabilitet.

Bilagstabel 1: Validering af manuel klassificering (interkoder-reliabilitet).

Variabel	Procentvis enighed	Krippendorffs α	Gwets AC_1
Samlet antal citerede kilder	89%	0,84	0,88
Citeret kildetype			
Dansk politiker (binær)	100%	1,00	1,00
Udenlandsk politiker (binær)	96%	0,77	0,96
Embedsmand/offentlig ansat (binær)	96%	0,87	0,95
Erhvervs- eller organisationsperson (binær)	95%	0,86	0,95
Forsker (binær)	97%	0,78	0,97
Borger uden portefølje (binær)	97%	0,73	0,96
Sportsperson (binær)	99%	0,90	0,99
Bearbejdningsgrad	92%	0,88	0,91
Liveblog	99%	0,95	0,98
Holdningsstof (binær)	98%	0,78	0,98
Genre			
Interview (binær)	99%	0,79	0,99
Reportage (binær)	97%	0,65	0,96
Portræt (binær)	100%	1,00	1,00
Stofområde	88%	0,85	0,85
Fokus på statistik (binær)	91%	0,67	0,89
Indeholder kritik (binær)	90%	0,72	0,85

Bemærk: For blandt andet genre-variablene er den procentvise enighed meget høj, hvilket måske kan overraske. Dette skyldes, at hver genrekategori er en binær variabel (f.eks. ”interview eller ej”, se bilag B), og da de fleste enheder ikke falder ind i hver af de tre udvalgte genrekategorier, bliver procentvis enighed høj.

Automatiseret klassificering af medieindhold

Da den manuelle klassifikation af det skriftlige medieindhold var gennemført, foretog vi den automatiserede klassifikation. Formålet med den automatiserede klassifikation var at udvide datagrundlaget for vores kvantitative hovedundersøgelse, så den statistiske usikkerhed for udvalgte variable blev reduceret. Den automatiserede klassifikation bygger på såkaldt *supervised learning*, hvor en *classifier* ”trænes” på manuelt klassificeret indhold, så den kan ”lære” at imitere den menneskelige klassificering.

Konkret udviklede vi fem *classsifiers*, som alle hører til familien af *classifiers* kaldet *Naïve Bayes.* Vi valgte *Naïve Bayes*, da det er en simpel, men ofte meget effektiv metode til klassificering af tekst, og ydermere kan *Naivë Bayes* let håndtere variable med multiple kategorier. En forholdsvis lettilgængelig introduktion til *Naivë Bayes* er givet af blandt andre Grimmer, Roberts og Stewarts (2022, kapitel 19). To af vores fem *classifiers* (holdningsstof og telegramstof) beror både på indhold fra enhedernes URL (opdelt i de ord, der indgår) og teksten fra selve artiklerne. De sidste beror alene på teksten fra artiklerne (stofområde og autogenereret indhold) eller alene på tekst fra URL (live- og "seneste nyt"-blogs). Nærmere detaljer om hver *classifier* er noteret i Bilagstabel 2 nedenfor.

Bilagstabel 2: Oversigt over classifiers.

Classifier	**Features**	**Type**	**Prior**
Classifier #1: Holdningsstof (binær)	Ord fra URL (stemmet, kun visse ord bibeholdt), indledende ord fra artikel (stemmet, kun visse ord bibeholdt)	Multinomial	Empirisk frekvens i stikprøve
Classifier #2: Stofområde (seks kategorier)	Ord fra artikel (stemmet)	Multinomial	Empirisk frekvens i stikprøve
Classifier #3: Telegramsstof (binær)	Ord fra URL (stemmet, kun visse ord bibeholdt), indledende og afsluttende ord fra artikel (stemmet, kun visse ord bibeholdt)	Multinomial	Empirisk frekvens i stikprøve
Classifier #4: Autogeneret indhold (binær)	Ord fra URL (stemmet)	Multinomial	Empirisk frekvens i stikprøve
Classifier #5: Live- og "seneste nyt"-blogs (binær)	Ord fra artikel (stemmet)	Multinomial	Empirisk frekvens i stikprøve

Vi validerede hver af vores *classifiers* ved hjælp af såkaldt 10-fold krydsvalidering. Det manuelt klassificerede data blev først inddelt i 10 lige store dele. Herefter blev den pågældende *classifier* trænet 10 gange, hvor hver del fungerede som testdata én gang, mens de øvrige ni blev brugt til

træning. Vi beregnede procentdelen af enheder, som blev korrekt klassificeret (*accuracy*); såkaldte F1-værdier, som er et mål for nøjagtighed, som ofte bruges i litteraturen om *machine learning*; samt Krippendorffs α som i reliabilitetstesten ovenfor. For hvert af de tre mål tog vi gennemsnittet over de 10 test.

Resultaterne fremgår af Bilagstabel 3. Vi ser, at den procentvise overensstemmelse mellem vores *classifiers* og vores studentermedhjælpere generelt er høj og spænder fra 84 procent til 99 procent. Ydermere er både α og F1 i alle tilfælde over eller omkring 0,8. Dette er udtryk for god overensstemmelse mellem den manuelle og automatiserede klassificering. Den meget høje overensstemmelse for holdningsstof, telegramstof, autogenereret indhold og live- og ”seneste nyt”-blogs skyldes blandt andet, at disse typer indhold ofte indeholder specielle ord i brødtekst eller URL (f.eks. ”Ritzau” og ”telegram” / ”debat”, ”opinion” eller ”kommentar” / ”tekstrobot” eller ”autogenereret” / ”liveblog” og ”live”), hvilket gør det relativt let for vores *classifiers* at identificere disse typer indhold.[1]

Bilagstabel 3: Validering af automatisk klassificering.

Variabel	Procentdel korrekt klassificeret	Krippendorffs α	F1
Holdningsstof	99%	0,87	0,87
Stofområde*	84%	0,79	0,84
Telegramstof	94%	0,88	0,93
Autogenereret indhold	99%	0,95	0,95
Live- og ”seneste nyt”-blogs	98%	0,89	0,96

**F1-værdi er for stofområde beregnet som gennemsnit over de forskellige stofområder. F1 spænder fra 0,71 til 0,94 for de enkelte stofområder.*

Da vi havde valideret hver af vores *classifiers*, gentrænede vi dem på hele det manuelt klassificerede datasæt og brugte dem til at klassificere de resterende enheder.

[1] Det kan måske alligevel overraske, at procentdelen korrekt klassificeret er hele 99 procent for holdningsstof og autogenereret indhold, men det er værd at huske på, at kun fire procent af mediernes indhold er holdningsstof, og kun 11 procent er autogenereret indhold. Selv en elendig *classifier*, der klassificerer alt som journalistisk indhold, vil således have ret i 96 procent af tilfældene, og ligeledes vil en classifier, der klassificer intet som autogenereret have ret i 89 procent af tilfældene. Af denne grund er det mere relevant at kigge på α og F1.

Afslutningsvist bør det bemærkes, at vi i forbindelse med den automatiserede indholdsanalyse overvejede at bruge *ReadMe* udviklet af Hopkins og King (2011). I vores undersøgelse er vi primært interesseret i andele (eksempelvis i andelen af journalistisk indhold, der handler om politik) og ikke hver enheds kategori. Hopkins og King (2011) argumenterer for, at selv individuelle *classifiers* med høj nøjagtighed (som vores) kan producere *biased* estimater for andele, hvis der er systematiske fejl i klassificeringen af de enkelte enheder, og *ReadMe* er udviklet til at løse dette problem. Vi valgte dog ikke at anvende *ReadMe* af to årsager. For det første kunne vi se, at andelene i den manuelt kodede stikprøve var meget tæt på andelene i det automatisk klassificerede indhold, hvilket tyder på, at der ikke er væsentlige problemer med bias. For det andet var det væsentligt, at vores automatiserede klassificering var let at formidle, hvilket favoriserer metoder, hvor hver enhed klassificeres enkeltvis, da det imiterer den menneskelige kodningsproces – ved brug af *ReadMe* beregnes andele uden forudgående klassificering af hver enkelt enhed.

Oversigt over data

Opsummerende har vi altså frembragt to datasæt. Det ene datasæt består 5.386 redaktionelle enheder, som alle er blevet klassificeret manuelt. Det andet datasæt består af 29.858 redaktionelle enheder, hvoraf de fleste er klassificeret automatisk. De to datasæt adskiller sig også i forhold til de variable, de indeholder. Det mindre datasæt indeholder oplysninger om flere variable end det store datasæt, da automatisk klassificering som tidligere beskrevet ikke er blevet anvendt på alle variable.

Bilagstabel 4 viser antallet af redaktionelle enheder per medie i de to datasæt. Som det fremgår, er antallet af enheder per medie i det store datasæt omkring 1.000 eller derover for de fleste medier. Dog er antallet af enheder fra Føljeton, Zetland og Kjerteminde Avis betydeligt lavere, hvilket skyldes, at disse medier publicerer markant færre enheder end de andre medier. For hvert medie udgør de manuelt klassificerede enheder cirka 16,5 procent af enhederne i den store stikprøve. Dog valgte vi at manuelt klassificere alt indhold fra de tre mindste medier – Føljeton, Zetland og Kjerteminde Avis – samt halvdelen af indholdet fra Information, da vi i planlægningen af undersøgelsen ikke var sikre på, at vores *classifiers* ville fungere tilstrækkeligt godt for disse medier (særligt indhold fra Føljeton og Zetland kan adskille sig formmæssigt fra indholdet fra mange af de andre medier). For at denne oversampling ikke skal skævvride resultaterne, justerer

vi antallet af enheder fra disse medier ned i analyser, hvor vi bruger det mindre, manuelt klassificerede datasæt til at beskrive hele populationen af indhold. Antallet af enheder i disse analyser er derfor 4.911 og ikke 5.386. Vi anvendte ikke data fra Føljeton, Zetland og Kjerteminde Avis i udviklingen og valideringen af vores *classifiers*.

Bilagstabel 4: Antal redaktionelle enheder per medie

Medie	Antal enheder i automatisk klassificeret stikprøve	Antal enheder i manuelt klassificeret stikprøve
B.T.	1.902	314
Berlingske	1.771	293
Børsen	1.685	281
DR	874	148
Ekstra Bladet	1.611	270
Føljeton	65	65
Fyens Stiftstidende	3.132	516
Helsingør Dagblad	1.597	266
Information	913	469
JydskeVestkysten	3.710	605
Jyllands-Posten	1.531	253
Kjerteminde Avis	63	63
Kristeligt Dagblad	926	154
Nordjyske	1.396	233
Politiken	884	149
Sjællandske	3.250	530
TV 2	1.637	269
Zetland	38	38
Århus Stiftstidende	2.873	470
I alt	**29.858**	**5.386**

I analyserne i rapporten beregnes statistisk usikkerhed med udgangspunkt i de anvendte indsamlingsmetoder. Den store stikprøve er indsamlet ved hjælp af *single-stage cluster sampling*, hvor klyngerne udgøres af de halve dage, hvorfra alt indhold er medtaget. Den mindre stikprøve er indsamlet ved hjælp af *two-stage cluster sampling*, hvor en tilfældig stikprøve af indhold er blevet fra hver af de udvalgte klynger. *Cluster sampling* (både *single-stage* og *two-stage)* fører typisk til lidt større statistisk usikkerhed end simpel tilfældig udvælgelse, men indsamlingsmetoden er velegnet, når man som i dette tilfælde ikke har adgang til en komplet liste med alle enheder i populationen (se bl.a. Wu og Thompson, 2020).

Litteratur

- Andersen, K., & Larsen, E. G. (2016). Hvilken periode skal analyseres? Uge 46 som dataindsamlingsstrategi i journalistikforskningen. *Journalistica*, *1*, 126-146.
- Grimmer, J., Roberts, M. E., & Stewart, B. M. (2022). *Text as Data: A New Framework for Machine Learning and the Social Sciences*. Princeton University Press.
- Lacy, S., Watson, B. R., Riffe, D., & Lovejoy, J. (2015). Issues and Best Practices in Content Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *92*(4), 791-811.
- Wu, C., & Thompson, M. E. (2020). *Sampling Theory and Practice*. Springer.

Bilag B: Kodemanual til klassificering af skriftligt indhold

Generelle bemærkninger: Hvis en redaktionel enhed består af både tekst og videomateriale, skal kodningen baseres på begge dele.

A. Baggrundsvariable

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V2. ID		Angiv enhedens unikke ID, som kan ses i kolonne G i kodepakkefilen.
V4. Koder		Skriv dit fulde navn.
V5. Rubrik		Angiv hele den redaktionelle enheds rubrik. Angiv ikke underrubrik. Hvis enheden ikke har en rubrik, skal feltet ikke udfyldes.
V6. Byline		Angiv alt synligt indhold fra byline, dvs. både navn og eventuelle titler. Angiv ikke indhold, som kun fremkommer, hvis der klikkes på links i byline.
V7. Tags		Angiv eventuelle tags (f.eks. "indland", "politik" eller "opinion"), som de er noteret i eller omkring den redaktionelle enhed.
V8. Liveblog	1. Fuld liveblog 2. Enhed fra liveblog 3. Ej liveblog	1. Fuld liveblog: Den redaktionelle enhed er en fuld liveblog. 2. Element fra liveblog: Den redaktionelle enhed indgår i en liveblog, men udgør ikke hele livebloggen. 3. Ej liveblog: Den redaktionelle enhed stammer ikke fra en liveblog. Bemærk: DR's Seneste Nyt betragtes ikke som en liveblog.

B. Genre og stofområde

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V9. Holdningsstof	1. Holdningsstof 0. Ej holdningsstof	1. Holdningsstof: Den redaktionelle enhed giver udtryk for forfatterens holdning til et eller flere emner. Kategorien omfatter blandt andet debatindlæg, kronikker, klummer, blogindlæg, ledere, brevkasser og anmeldelser. Bemærk, at nyhedsanalyser og nyhedsoverblik ikke hører under denne kategori, selvom de kan have holdningselementer. 0. Ej holdningsstof: Ej ovenstående
V10. Genre for indhold, der ikke er holdningsstof Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof	(V10A) 1. Nyhedsanalyse 0. Ej nyhedsanalyse	1. Nyhedsanalyse: Den redaktionelle enhed er markeret af mediet som en "nyhedsanalyse". 0. Ej nyhedsanalyse: Ej ovenstående
	(V10B) 1. Nyhedsoverblik 0. Ej nyhedsoverblik	1. Nyhedsoverblik: Den redaktionelle enhed gengiver to eller flere nyheder i separate afsnit. De gengivne nyheder kan være fra mediet selv eller fra andre medier. 0. Ej nyhedsoverblik: Ej ovenstående
	(V10C) 1. Interview 0. Ej interview	1. Interview: Mindst halvdelen af den redaktionelle enheds indhold består af direkte citater fra eller spørgsmål til højst to kilder. Bemærk, at citater fra pressemeddelelser ikke skal medregnes. 0. Ej interview: Ej ovenstående
	(V10D) 1. Baggrundsfakta 0. Ej baggrundsfakta	1. Baggrundsfakta: Den redaktionelle enhed indeholder en explainer-video eller består af en artikel, hvis rubrik eller underrubrik eksplicit indikerer, at formålet med artiklen er at tilvejebringe baggrundsfakta om eller overblik over en sag eller en hændelse (se efter ord som "FAKTA", "OVERBLIK", "Forstå [sagen eller hændelsen]", "Sådan [gør eller virker noget])". 0. Ej baggrundsfakta: Ej ovenstående
	(V10E) 1. Reportage 0. Ej reportage	1. Reportage: Den redaktionelle enhed beskriver eller rapporterer fra et eller flere steder, som journalisten fysisk har opsøgt. Når man skal afgøre, om journalisten fysisk har opsøgt et sted, kan man blandt andet se efter, om enheden indeholder iagttagelser af personer og omgivelser, interviews med personer på stedet, eller mediets egne billeder fra stedet. Bemærk, at liveopdateringer fra retssager, men ikke

		sportsbegivenheder, hører under denne kategori. Bemærk også, at sportsnyheder (inklusive liveopdateringer) ikke hører under denne kategori. 0. Ej reportage: Ej ovenstående
	(V10F) 1. Portræt 0. Ej portræt	1. Portræt: Den redaktionelle enhed beskriver en eller flere personer med biografiske elementer som omdrejningspunkt. Kategorien omfatter blandt andet omtaler af personer i anledning af deres fødselsdag, død, jubilæum, pensionering eller udnævnelse. Bemærk, at dødsannoncer uden brødtekst ikke hører under denne kategori. 0. Ej portræt: Ej ovenstående
	(V10G) 1. Nyhed 0. Ej nyhed	1. Nyhed: Enheden beskriver en eller flere aktuelle hændelser, tendenser eller udtalelser. Følgende skal ikke medregnes som nyheder: nyhedsanalyser; nyhedsoverblik; omtaler af personer i anledning af deres fødselsdag, død, jubilæum, pensionering eller udnævnelse. 0. Ej nyhed: Ej ovenstående
V11. Genre for holdningsstof Variabel anvendes hvis: V9 = 1. Holdningsstof	(V11A) 1. Anmeldelse/test 0. Ej anmeldelse/test	1. Anmeldelse/test: Den redaktionelle enhed vurderer et eller flere produkter (bøger, biler, restauranter, koncerter osv.). 0. Ej anmeldelse/test: Ej ovenstående
	(V11B) 1. Leder 0. Ej leder	1. Leder: Den redaktionelle enhed giver udtryk for mediets politiske holdning til et eller flere emner. Der er i typisk kun én leder per dag. 0. Ej leder: Ej ovenstående
	(V11C) 1. Indlæg fra fast kommentator 0. Ej indlæg fra fast kommentator	1. Indlæg fra fast kommentator: Den redaktionelle enhed er en klumme, en kommentar eller en blog, hvori der argumenteres for et synspunkt. Enheden er skrevet af en eller flere faste kommentatorer på avisen. Forfatterne kan både være fastansatte redaktører og journalister samt løsere tilknyttede skribenter. Bemærk, at brevkasser typisk hører under denne kategori. 0. Ej indlæg fra fast kommentator: Ej ovenstående
	(V11D) 1. Indlæg fra ekstern kilde 0. Ej indlæg fra ekstern kilde	1. Indlæg fra ekstern kilde: Den redaktionelle enhed er et læserbrev, et debatindlæg eller en kronik, hvori der argumenteres for et synspunkt. Enheden er ikke skrevet af faste kommentatorer på avisen.

		0. Ej indlæg fra ekstern kilde: Ej ovenstående
V12. Primært stofområde Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof og V10B = 0. Ej nyhedsoverblik	1. Dansk politik 2. Udenlandsk politik 3. Kultur 4. Sport 5. Medier 6. Erhverv 7. Forbrug 8. Sundhed/helbred 9. Krimi 10. Retsvæsen 11. Privat 12. Videnskab 13. Vejr 14. Andet nationalt 15. Andet udland	1. Dansk politik: Den redaktionelle enhed dækker dansk politik, dvs. danske politiske aktørers forslag, udtalelser og handlinger. Politiske aktører omfatter partier, politikere, interesseorganisationer, ministerier, styrelser, kommuner, tænketanke samt råd og nævn. Bemærk, at de politiske aktører skal fremgå eksplicit i artiklen. Bemærk også, at enheder, som dækker dansk udenrigs- og forsvarspolitik, som hovedregel falder under denne kategori. 2. Udenlandsk politik: Den redaktionelle enhed dækker udenlandsk politik, dvs. udenlandske politiske aktørers forslag, udtalelser og handlinger. Politiske aktører omfatter partier, politikere, interesseorganisationer, ministerier, styrelser, delstater, kommuner, tænketanke, internationale organisationer samt råd og nævn. Bemærk, at de politiske aktører skal fremgå eksplicit i artiklen. Bemærk også, at EU-politikere – selv hvis de har dansk nationalitet – skal medregnes som udenlandske politiske aktører. 3. Kultur: Den redaktionelle enhed dækker kunst, litteratur, arkitektur, design, musik, film, serier, computerspil, scenekunst, standup eller kulturarv. Bemærk, at kategorien ikke skal vælges, hvis enheden dækker sport. 4. Sport: Den redaktionelle enhed dækker sport eller idræt. 5. Medier: Den redaktionelle enhed dækker nyhedsmedier. Emnet kan f.eks. være medieøkonomi, ansættelser, fyringer, borgernes medieforbrug og nye programmer. Bemærk, at dækning af sociale medier ikke hører under denne kategori. 6. Erhverv og økonomi: Den redaktionelle enhed dækker samfundsøkonomiske forhold, erhvervslivets brancher, konkrete virksomheder, regnskaber, aktiemarkedet, andre erhvervsfinansielle forhold, erhvervspolitiske tiltag eller arbejdsmarkedet (både mht. arbejdsgivere og -tagere). 7. Forbrug: Den redaktionelle enhed henvender sig til borgeren i rollen som forbruger og omhandler fordele eller ulemper ved bestemte

		produkter eller ydelser. Bemærk, at den redaktionelle enhed godt kan behandle forhold, som vedrører andre kategorier, eksempelvis "6. Erhverv og økonomi". 8. Sundhed/helbred: Den redaktionelle enhed handler om sundhed eller helbred med et fokus på personlig forbedring eller egenomsorg. Emnet kan f.eks. være sygdomme, træning eller kost. Bemærk, at nyheder om sundhed eller helbred på samfundsniveau ikke hører under denne kategori. 9. Krimi: Den redaktionelle enhed handler om forbrydelser og overtrædelser af loven. Bemærk, at nyheder om færdselsulykker, brandulykker og andre "blå blink"-historier også falder under denne kategori, selvom de ikke nødvendigvis handler om en overtrædelse af loven. Bemærk også, at krigshandlinger og opstand fra militser ikke hører under denne kategori. 10. Retsvæsen: Den redaktionelle enhed handler om retssager eller domstole. Man kan skelne mellem kategorierne "krimi" og "retsvæsen" ved, at førstnævnte inkluderer det, som politiet beskæftiger sig med, hvorimod sidstnævnte inkluderer det, domstolene (herunder anklagere og forsvarere) beskæftiger sig med. 11. Privat: Den redaktionelle enhed handler om private eller personlige forhold. Enheder i kategorien har ofte til formål at underholde og/eller tilfredsstille nysgerrighed om en person, der er kendt i offentligheden. Det private kan godt foregå i fuld offentlighed, f.eks. kan enheden handle om kendte, der er til en koncert eller premiere. Artikler om royale vil typisk også høre under denne kategori. 12. Videnskab: Den redaktionelle enhed dækker forskning, f.eks. resultaterne af ny forskning eller debatter mellem forskere. 13. Vejr: Den redaktionelle enhed dækker vejret. 14. Andet nationalt: Den redaktionelle enhed dækker danske forhold, og enheden falder ikke ind under kategorierne 1 eller 3 til 13. 15. Andet udland: Den redaktionelle enhed dækker udenlandske forhold, og enheden falder ikke ind under kategorierne 2 til 13.

		Bemærk: Kategorierne 3 til 15 skal kun tages i betragtning, hvis enheden ikke dækker forslag, udtalelser eller handlinger fra en eksplicit politisk aktør. Eksempelvis vil en nyhed med en udtalelse fra kulturministeren falde under kategori 1 – ikke kategori 3. Bemærk: Hvis man er i tvivl om, hvorvidt man skal vælge kategori 14 eller 15, fordi den redaktionelle enhed dækker et samspil mellem danske og udenlandske forhold, skal man vælge kategori 14.

C. Kilder

Definition: Citerede kilder er kilder, der citeres direkte i citationstegn, med citatstreg eller lignende standardangivelse i pågældende medie. Kilder, som kun citeres indirekte, ikke skal medregnes som citerede kilder.

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V13. Antal kilder Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof og V10B = 0. Ej nyhedsoverblik	(V13A) [Antal nationale politikere]	Optæl antal citerede folketingsmedlemmer og ministre.
	(V13B) [Antal regionale politikere]	Optæl antal citerede medlemmer af regionsråd.
	(V13C) [Antal kommunale politikere]	Optæl antal citerede medlemmer af kommunalbestyrelser og byråd.
	(V13D) [Antal EU-politikere]	Optæl antal citerede danske medlemmer af Europa-Parlamentet.
	(V13E) [Antal politiske kandidater]	Optæl antal citerede danske politikere, som er opstillet til enten Folketinget, et regionsråd, en kommunalbestyrelse/et byråd eller Europa-Parlamentet.
	(V13F) [Antal udenlandske politikere]	Optæl antal citerede politikere fra udlandet.
	(V13G) [Antal forskere]	Optæl antal citerede forskere ansat ved universiteter, forskningscentre eller private virksomheder.
	(V13H) [Antal erhvervspersoner]	Optæl antal citerede repræsentanter for private virksomheder.
	(V13I) [Antal organisationspersoner]	Optæl antal citerede repræsentanter for eller ansatte i organisationer (faglige, branchemæssige, humanitære eller religiøse).
	(V13J) [Antal embedsmænd/offentligt ansatte]	Optæl antal citerede repræsentanter for eller ansatte i offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder.
	(V13K) [Antal repræsentanter for tænketanke]	Optæl antal citerede repræsentanter for tænketanke.
	(V13L)	Optæl antal citerede journalister og redaktører.

	[Antal medierepræsentanter]	
	(V13M) [Antal sportsudøvere]	Optæl antal citerede nuværende og forhenværende professionelle sportsudøvere og trænere.
	(V13N) [Antal kunstnere/kulturpersoner]	Optæl antal citerede kunstnere, kulturpersoner og "kendte".
	(V13O) [Antal borgere uden portefølje]	Optæl antal citerede privatpersoner, der ikke udtaler sig i egenskab af deres beskæftigelse eller hverv.
	(V13P) [Antal andre kilder]	Optæl antal citerede personer, som ikke hører under ovenstående kategorier.
V14. Afsender af debatstof Variabel anvendes hvis: V11C = 1. Indlæg fra fast kommentator eller V11D = 1. Indlæg fra ekstern kilde	(V14A) 1. National politiker 0. Ej national politiker	1. National politiker: Folketingsmedlemmer og ministre. 0. Ej national politiker: Ej ovenstående.
	(V14B) 1. Regional politiker 0. Ej regional politiker	1. Regional politiker: Medlemmer af regionsråd. 0. Ej national politiker: Ej ovenstående.
	(V14C) 1. Kommunal politiker 0. Ej kommunal politiker	1. Kommunal politiker: Medlemmer af kommunalbestyrelser og byråd. 0. Ej kommunal politiker: Ej ovenstående
	(V14D) 1. EU-politiker 0. Ej EU-politiker	1. EU-politiker: Danske medlemmer af Europa-Parlamentet. 0. Ej EU-politiker: Ej ovenstående.
	(V14E) 1. Politisk kandidat 0. Ej politisk kandidat	1. Politisk kandidat: Danske politikere, som er opstillet til enten Folketinget, et regionsråd, en kommunalbestyrelse/et byråd eller Europa-Parlamentet. 0. Ej politisk kandidat: Ej ovenstående.
	(V14F) 1. Udenlandsk politiker 0. Ej udenlandsk politiker	1. Udenlandsk politiker: Politikere fra udlandet. 0. Ej udenlandsk politiker: Ej ovenstående.
	(V14G) 1. Forsker 0. Ej forsker	1. Forsker: Forskere ansat ved universiteter, forskningscentre eller private virksomheder. 0. Ej forsker: Ej ovenstående.

	(V14H) 1. Erhvervsperson 0. Ej erhvervsperson	1. Erhvervsperson: Repræsentanter for private virksomheder, dog ikke forskere i private virksomheder. 0. Ej erhvervsperson: Ej ovenstående.
	(V14I) 1. Organisationsperson 0. Ej organisationsperson	1. Organisationsperson: Repræsentanter for eller ansatte i organisationer (faglige, branchemæssige, humanitære eller religiøse). 0. Ej organisationsperson: Ej ovenstående.
	(V14J) 1. Embedsmand/ offentligt ansat 0. Ej embedsmand/offentligt ansat	1. Embedsmand/offentligt ansat: Repræsentanter for eller ansatte i offentlige institutioner, myndigheder eller virksomheder. 0. Ej embedsmand/offentligt ansat: Ej ovenstående.
	(V14K) 1. Repræsentant for tænketank 0. Ej repræsentant for tænketank	1. Repræsentant for tænketank: Repræsentanter for tænketanke (f.eks. CEPOS, Arbejderbevægelsens Erhvervsråd og Kraka) 0. Ej repræsentant for tænketank: Ej ovenstående
	(V14L) 1. Medierepræsentant 0. Ej medierepræsentant	1. Medierepræsentant: Journalister og redaktører. 0. Ej medierepræsentant: Ej ovenstående.
	(V14M) 1. Sportsudøver 0. Ej sportsudøver	1. Sportsudøver: Nuværende og forhenværende professionelle sportsudøvere og trænere. 0. Ej sportsudøver: Ej ovenstående.
	(V14N) 1. Kunster/kulturperson 0. Ej kunstner/kulturperson	1. Kunster/kulturperson: Kunstnere, kulturpersoner og “kendte”. 0. Ej kunstner/kulturperson: Ej ovenstående.
	(V14O) 1. Borger uden portefølje 0. Ej borger uden portefølje	1. Borger uden portefølje: Privatpersoner, der ikke udtaler sig i egenskab af deres beskæftigelse eller hverv. 0. Ej borger uden portefølje: Ej ovenstående.
	(V14P) 1. Anden 0. Ej anden	1. Anden: Personer, som ikke hører under ovenstående kategorier. 0. Ej anden: Ej ovenstående.

D. Bearbejdning

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V15. Bearbejdningsgrad Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof og V10 (B) = 0. Ej nyheds-overblik	1. Telegramstof 2. Autogenereret indhold 3. Genbrug 4. Citathistorier 5. Rutinejournalistik 6. Fokusjournalistik	1. Telegramstof: Den redaktionelle enhed angiver et nyhedsbureau (f.eks. Ritzau, Reuters eller AP) som kilde til enhedens primære historie. Bemærk, at enheden ikke hører under 1, hvis det eksplicit fremgår, at mediet har indhentet yderligere oplysninger. 2. Autogenereret indhold: Det er angivet, at indholdet er autogeneret (f.eks. af JFM's "tekstrobot") 3. Genbrug: Det er angivet, at den redaktionelle enhed på en tidligere dato er blevet udgivet af samme medie (f.eks. "Denne artikel blev første gang bragt [dato]"), og den er ikke eller kun i begrænset omfang blevet bearbejdet i forbindelse med genudgivelsen. 4. Citathistorier: Den redaktionelle enhed angiver et andet nyhedsmedie som kilde til enhedens primære historie. Bemærk, at enheder, som opsummerer, hvordan adskillige udenlandske medier dækker en begivenhed, hører under 5. Bemærk også, at enheden ikke hører under 4, hvis det eksplicit fremgår, at mediet har indhentet yderligere oplysninger. 5. Rutinejournalistik: Den redaktionelle enhed er ny original journalistik baseret på lille til moderat redaktionel indsats. Den redaktionelle indsats skal vurderes samlet ud fra: • Antallet af kilder: Rutinejournalistik baserer sig typisk på en eller færre citerede kilder. • Enhedens længde: Rutinejournalistiske enheder er typisk kortere end medianenheden for det pågældende medie. • Stoffets tilgængelighed: Rutinejournalistik dækker ofte begivenheder eller udviklinger, som alle medier har umiddelbar adgang til, f.eks. pressemeddelelser, pressemøder eller vejret. 6. Fokusjournalistik: Den redaktionelle enhed er ny original journalistik baseret på moderat

		til stor redaktionel indsats. Den redaktionelle indsats skal vurderes samlet ud fra: • Antallet af kilder: Fokusjournalistik baserer sig typisk på to eller flere citerede kilder. • Enhedens længde: Fokusjournalistiske enheder er typisk længere end medianenheden for det pågældende medie. • Stoffets tilgængelighed: Fokusjournalistik dækker ofte begivenheder eller udviklinger, som alle medier ikke har umiddelbar adgang til, f.eks. aktindsigter eller rundspørger.

E. Fokus på konflikt

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V16. Indikatorer for fokus på konflikt Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof og V10 (B) = 0. Ej nyhedsoverblik	(V16A) 1. Kritik 0. Ej kritik	1. Kritik: Den redaktionelle enhed beskriver, at et parti, et individ, en gruppe, en organisation eller et land udtrykker kritik, misbilligelse eller skuffelse over for en anden aktør. Bemærk, at søgsmål og politianmeldelser også tæller med i denne kategori, hvis det fremgår, hvem der står bag anmeldelsen eller søgsmålet. Sigtelser og anholdelser tæller typisk ikke med. 0. Ej kritik: Enheden opfylder ikke disse krav.
	(V16B) 1. Forskellige synspunkter 0. Ej forskellige synspunkter	1. Forskellige synspunkter: Den redaktionelle enhed indeholder direkte citater fra mindst to kilder, som har forskellige synspunkter i forhold til det samme emne eller den samme sag. 0. Ej forskellige synspunkter: Enheden opfylder ikke disse krav.

F. Fokus på enkeltsager eller bredere kontekst

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V17. Indikatorer for tematisk eller episodisk framing Variabel anvendes hvis: V9 = 0. Ej holdningsstof og V10 (B) = 0. Ej nyhedsoverblik	(V17A) 1. Fokus på konkrete, ikke-elite personer 0. Ej fokus på konkrete, ikke-elite personer	1. Fokus på konkrete, ikke-elite personer: I rubrik, underrubrik eller de første fire af linjer af brødteksten fokuseres på en enkelt persons eller en lille gruppe personers handlinger, udtalelser, oplevelser eller øvrige forhold. Bemærk, at følgende elite-personer ikke skal medregnes: • Politikere • Forskere • Højtstående embedsmænd • Højtstående erhvervspersoner (f.eks. direktører, medlemmer af bestyrelser, talspersoner, analytikere, økonomer) • Højtstående organisationspersoner (f.eks. direktører, medlemmer af bestyrelser, talspersoner, analytikere, økonomer) • Repræsentanter for tænketanke • Repræsentanter for erhvervsorganisationer • Medierepræsentanter • Professionelle sportsudøvere • Kunstnere/kulturperson/kendte • Kongelige og adelige 0. Ej fokus på konkrete, ikke-elite personer: Ej ovenstående
	(V17B) 1. Fokus på statistik 0. Ej fokus på statistik	1. Fokus på statistik: I rubrik, underrubrik eller de første fire af linjer af brødteksten anvendes et eller flere tal, som aggregerer information om mindst 10 personer eller enheder. Tallet eller tallene skal fremgå eksplicit, men kan både være skrevet som tal (eksempelvis "9" eller "9".) eller med bogstaver (eksempelvis "ni" eller "niende"). Bemærk, at sportsresultater og tal vedrørende enkeltstående virksomheder (såsom regnskabstal eller antal fyringer) ikke hører under denne kategori. Bemærk også, at brøkdele beskrevet med ord (eksempelvis "flertallet, "hver tredje" eller "halvdelen") også tæller som tal. 0. Ej fokus på statistik: Ej ovenstående

G. Fokus på politisk spil

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V18. Indikatorer for game-framing Variabel anvendes hvis: V12 = 1. Dansk politik eller V12 = 2. Udenlandsk politik	(V18A) 1. Meningsmåling 0. Ej meningsmåling	1. Meningsmåling: I rubrik, underrubrik eller de første fire af linjer af brødteksten nævnes mindst en gang en meningsmåling og partiers eller politikeres opbakning i denne. Værdien 1 skal også vælges, hvis enheden generisk refe-rer til "meningsmålinger" og partiers eller politikeres opbakning i disse. 0. Ej meningsmåling: Ej ovenstående
	(V18B) 1. Vinde og tabe 0. Ej vinde og tabe	1. Vinde og tabe: I rubrik, underrubrik eller de første fire af linjer af brødteksten nævnes mindst en gang, om partier eller politikere er ved at "vinde" eller "tabe" med hensyn til valg, debatter eller generelt. 0. Ej vinde og tabe: Ej ovenstående
	(V18C) 1. Krig og spil 0. Ej krig og spil	1. Krig og spil: I rubrik, underrubrik eller de første fire af linjer af brødteksten bruges mindst en gang ord eller vendinger relateret til krig eller spil (eksempelvis "kamp", "konkurrence", "angribe", "forsvare" eller "slag") i beskrivelsen af politik. Bemærk, at beskrivelse af virkelig krig eller spil ikke hører under denne kategori. 0. Ej krig og spil: Ej ovenstående

Bilag C: Kodemanual til klassificering af podcasts

Generelle bemærkninger: Hvis mere end én historie behandles i podcasten, skal kodningen kun baseres på hovedhistorien.

A. Baggrundsvariable

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V1. Medie		-
V2. Dato		-
V3. Titel		Angiv titlen på den redaktionelle enhed.

B. Stofområde

Bemærk: Klassificering i forhold til stofområde skal baseres på den skriftlige beskrivelse af podcasten. I Spotify står beskrivelsen under "Episode Description". På Zetlands hjemmeside står beskrivelsen i første afsnit under afspilleren.

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V4. Primært stofområde	1. Dansk politik 2. Udenlandsk politik 3. Kultur 4. Sport 5. Medier 6. Erhverv 7. Forbrug 8. Sundhed/helbred 9. Krimi 10. Retsvæsen 11. Privat 12. Videnskab 13. Vejr 14. Andet nationalt 15. Andet udland	1. Dansk politik: Den redaktionelle enhed dækker dansk politik, dvs. danske politiske aktørers forslag, udtalelser og handlinger. Politiske aktører omfatter partier, politikere, interesseorganisationer, ministerier, styrelser, kommuner, tænketanke samt råd og nævn. Bemærk, at de politiske aktører skal fremgå eksplicit i artiklen. Bemærk også, at enheder, som dækker dansk udenrigs- og forsvarspolitik, som hovedregel falder under denne kategori. 2. Udenlandsk politik: Den redaktionelle enhed dækker udenlandsk politik, dvs. udenlandske politiske aktørers forslag, udtalelser og handlinger. Politiske aktører omfatter partier, politikere, interesseorganisationer, ministerier, styrelser, delstater, kommuner, tænketanke, internationale organisationer samt råd og nævn. Bemærk, at de politiske aktører skal fremgå eksplicit i artiklen. Bemærk også, at EU-politikere – selv hvis de har dansk nationalitet – skal medregnes som udenlandske politiske aktører. 3. Kultur: Den redaktionelle enhed dækker kunst, litteratur, arkitektur, design, musik, film, serier, computerspil, scenekunst, standup eller kulturarv. Bemærk, at kategorien ikke skal vælges, hvis enheden dækker sport.

		4. Sport: Den redaktionelle enhed dækker sport eller idræt. 5. Medier: Den redaktionelle enhed dækker nyhedsmedier. Emnet kan f.eks. være medieøkonomi, ansættelser, fyringer, borgernes medieforbrug og nye programmer. Bemærk, at dækning af sociale medier ikke hører under denne kategori. 6. Erhverv og økonomi: Den redaktionelle enhed dækker samfundsøkonomiske forhold, erhvervslivets brancher, konkrete virksomheder, regnskaber, aktiemarkedet, andre erhvervsfinansielle forhold, erhvervspolitiske tiltag eller arbejdsmarkedet (både mht. arbejdsgivere og -tagere). 7. Forbrug: Den redaktionelle enhed henvender sig til borgeren i rollen som forbruger og omhandler fordele eller ulemper ved bestemte produkter eller ydelser. Bemærk, at den redaktionelle enhed godt kan behandle forhold, som vedrører andre kategorier, eksempelvis "6. Erhverv og økonomi". 8. Sundhed/helbred: Den redaktionelle enhed handler om sundhed eller helbred med et fokus på personlig forbedring eller egenomsorg. Emnet kan f.eks. være sygdomme, træning eller kost. Bemærk, at nyheder om sundhed eller helbred på samfundsniveau ikke hører under denne kategori. 9. Krimi: Den redaktionelle enhed handler om forbrydelser og overtrædelser af loven. Bemærk, at nyheder om færdselsulykker, brandulykker og andre "blå blink"-historier også falder under denne kategori, selvom de ikke nødvendigvis handler om en overtrædelse af loven. Bemærk også, at krigshandlinger og opstand fra militser ikke hører under denne kategori. 10. Retsvæsen: Den redaktionelle enhed handler om retssager eller domstole. Man kan skelne mellem kategorierne "krimi" og "retsvæsen" ved, at førstnævnte inkluderer det, som politiet beskæftiger sig med, hvorimod sidstnævnte inkluderer det, domstolene (herunder anklagere og forsvarere) beskæftiger sig med. 11. Privat: Den redaktionelle enhed handler om private eller personlige forhold. Enheder i ka-

		tegorien har ofte til formål at underholde og/eller tilfredsstille nysgerrighed om en person, der er kendt i offentligheden. Det private kan godt foregå i fuld offentlighed, f.eks. kan enheden handle om kendte, der er til en koncert eller premiere. Artikler om royale vil typisk også høre under denne kategori. 12. Videnskab: Den redaktionelle enhed dækker forskning, f.eks. resultaterne af ny forskning eller debatter mellem forskere. 13. Vejr: Den redaktionelle enhed dækker vejret. 14. Andet nationalt: Den redaktionelle enhed dækker danske forhold, og enheden falder ikke ind under kategorierne 1 eller 3 til 13. 15. Andet udland: Den redaktionelle enhed dækker udenlandske forhold, og enheden falder ikke ind under kategorierne 2 til 13. Bemærk: Kategorierne 3 til 15 skal kun tages i betragtning, hvis enheden ikke dækker forslag, udtalelser eller handlinger fra en eksplicit politisk aktør. Bemærk: Hvis man er i tvivl om, hvorvidt man skal vælge kategori 14 eller 15, fordi den redaktionelle enhed dækker et samspil mellem danske og udenlandske forhold, skal man vælge kategori 14.

C. Primære kilder

Definition: Primære kilder er personer, som interviewes i længere tid af en journalist, som typisk er vært.

Bemærk: Typisk indeholder en redaktionel enhed kun én primær kilde, og kilden er typisk angivet i den skriftlige beskrivelse af podcasten.

Variabel	Mulige værdier	Beskrivelse
V5. Primære kilder	(V5A) [Antal nationale politikere]	Optæl antal citerede folketingsmedlemmer og ministre.
	(V5B) [Antal regionale politikere]	Optæl antal citerede medlemmer af regionsråd.
	(V5C) [Antal kommunale politikere]	Optæl antal citerede medlemmer af kommunalbestyrelser og byråd.
	(V5D) [Antal EU-politikere]	Optæl antal citerede danske medlemmer af Europa-Parlamentet.
	(V5E) [Antal politiske kandidater]	Optæl antal citerede danske politikere, som er opstillet til enten Folketinget, et regionsråd, en kommunalbestyrelse/et byråd eller Europa-Parlamentet.
	(V5F) [Antal udenlandske politikere]	Optæl antal citerede politikere fra udlandet.
	(V5G) [Antal forskere]	Optæl antal citerede forskere ansat ved universiteter, forskningscentre eller private virksomheder.
	(V5H) [Antal erhvervspersoner]	Optæl antal citerede repræsentanter for private virksomheder.
	(V5I) [Antal organisationspersoner]	Optæl antal citerede repræsentanter for eller ansatte i organisationer (faglige, branchemæssige, humanitære eller religiøse).
	(V5J) [Antal embedsmænd/offentligt ansatte]	Optæl antal citerede repræsentanter for eller ansatte i offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder.
	(V5K) [Antal repræsentanter for tænketanke]	Optæl antal citerede repræsentanter for tænketanke.
	(V5L)	Optæl antal citerede journalister og redaktører.

	[Antal medierepræsentanter]	
	(V5M) [Antal sportsudøvere]	Optæl antal citerede nuværende og forhenværende professionelle sportsudøvere og trænere.
	(V5N) [Antal kunstnere/kulturpersoner]	Optæl antal citerede kunstnere, kulturpersoner og "kendte".
	(V5O) [Antal borgere uden portefølje]	Optæl antal citerede privatpersoner, der ikke udtaler sig i egenskab af deres beskæftigelse eller hverv.
	(V5P) [Antal andre kilder]	Optæl antal citerede personer, som ikke hører under ovenstående kategorier.

Bilag D: Datagrundlag for kvantitative analyser af skriftligt indhold

Bilagstabel 5: Antal redaktionelle enheder foran og bag betalingsmur per medie.

Medie	Foran mur	Bag mur	Sum
B.T.	1.902	0	**1.902**
Berlingske	1.327	444	**1.771**
Børsen	963	722	**1.685**
DR	874	0	**874**
Ekstra Bladet	1.533	78	**1.611**
Føljeton	0	65	**65**
Fyens Stiftstidende	1.732	1.400	**3.132**
Helsingør Dagblad	1.246	351	**1.597**
Information	753	160	**913**
JydskeVestkysten	1.986	1.724	**3.710**
Jyllands-Posten	1.010	521	**1.531**
Kjerteminde Avis	7	56	**63**
Kristeligt Dagblad	645	281	**926**
Nordjyske	1.325	71	**1.396**
Politiken	324	560	**884**
Sjællandske	2.545	705	**3.250**
TV 2	1.637	0	**1.637**
Zetland	0	38	**38**
Århus Stiftstidende	1.571	1.302	**2.873**
Sum	**21.380**	**8.478**	**29.858**

Bilagstabel 6: Antal enheder (ekskl. telegramstof) foran og bag betalingsmur.

Medie	Foran mur	Bag mur	Sum
B.T.	850	0	**850**
Berlingske	364	386	**750**
Børsen	60	384	**444**
DR	737	0	**737**
Ekstra Bladet	1.115	76	**1.191**
Føljeton	0	63	**63**
Fyens Stiftstidende	688	1.206	**1.894**
Helsingør Dagblad	194	200	**394**
Information	40	143	**183**
JydskeVestkysten	914	1.543	**2.457**
Jyllands-Posten	398	437	**835**
Kjerteminde Avis	7	56	**63**
Kristeligt Dagblad	24	225	**249**
Nordjyske	328	64	**392**
Politiken	54	523	**577**
Sjællandske	1.536	695	**2.231**
TV 2	1.071	0	**1.071**
Zetland	0	38	**38**
Århus Stiftstidende	505	1.035	**1.540**
Sum	**8.928**	**7.080**	**16.008**

Bilagstabel 7: Antal enheder (ekskl. telegramstof, blogindhold og autogenereret indhold) foran og bag betalingsmur.

Medie	Foran mur	Bag mur	Sum
B.T.	848	0	**848**
Berlingske	175	385	**560**
Børsen	53	384	**437**
DR	707	0	**707**
Ekstra Bladet	982	76	**1.058**
Føljeton	0	63	**63**
Fyens Stiftstidende	682	385	**1.067**
Helsingør Dagblad	183	49	**232**
Information	39	143	**182**
JydskeVestkysten	848	469	**1.317**
Jyllands-Posten	100	373	**473**
Kjerteminde Avis	7	56	**63**
Kristeligt Dagblad	24	225	**249**
Nordjyske	328	64	**392**
Politiken	52	523	**575**
Sjællandske	1.536	695	**2.231**
TV 2	602	0	**602**
Zetland	0	38	**38**
Århus Stiftstidende	414	126	**540**
Sum	**7.580**	**4.054**	**11.634**

Bilagstabel 8: Antal redaktionelle enheder foran og bag betalingsmur fordelt på holdningsstof og journalistisk stof.

	Holdningsstof		**Journalistisk stof**		**Sum**
	Foran mur	Bag mur	Foran mur	Bag mur	
B.T.	6	0	1.896	0	**1.902**
Berlingske	38	119	1.289	325	**1.771**
Børsen	41	18	922	704	**1.685**
DR	1	0	873	0	**874**
Ekstra Bladet	22	0	1.511	78	**1.611**
Føljeton	0	17	0	48	**65**
Fyens Stiftstidende	95	18	1.637	1.382	**3.132**
Helsingør Dagblad	44	3	1.202	348	**1.597**
Information	34	46	719	114	**913**
JydskeVestkysten	92	25	1.894	1.699	**3.710**
Jyllands-Posten	55	100	955	421	**1.531**
Kjerteminde Avis	1	5	6	51	**63**
Kristeligt Dagblad	12	70	633	211	**926**
Nordjyske	25	2	1.300	69	**1.396**
Politiken	3	121	321	439	**884**
Sjællandske	173	15	2.372	690	**3.250**
TV 2	3	0	1.634	0	**1.637**
Zetland	0	3	0	35	**38**
Århus Stiftstidende	65	7	1.506	1.295	**2.873**
Sum	**710**	**569**	**20.670**	**7.909**	**29.858**

Bilagstabel 9: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur fordelt på udvalgte genrer.

Alle medier

	Foran mur	**Bag mur**	**Sum**
Interview	109	54	**163**
Portræt	42	25	**67**
Reportage	112	105	**217**
Resterende indhold	3.165	1.109	**4.274**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	**Bag mur**	**Sum**
Interview	77	54	**131**
Portræt	37	25	**62**
Reportage	91	105	**196**
Resterende indhold	2.488	1.109	**3.597**

Bemærk: Enkelte enheder hører under mere end en af de tre udvalgte genrer (interview, portræt, reportage), hvorfor der ikke summeres lodret.

Bilagstabel 10: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur fordelt på primært stofområde.

	Politik		Erhverv/økonomi		Krimi		Sport		Andet		Sum
	Foran mur	Bag mur	Foran mur	Bag mur	Foran mur	Bag mur	Foran mur	Bag mur	Foran mur	Bag mur	
B.T.	750	0	72	0	298	0	377	0	399	0	**1.896**
Berlingske	697	203	57	20	120	7	280	0	135	95	**1.614**
Børsen	190	309	711	300	8	9	4	3	9	83	**1.626**
DR	497	0	20	0	85	0	137	0	134	0	**873**
Ekstra Bladet	382	9	197	0	222	13	370	13	340	43	**1.589**
Føljeton	0	19	0	0	0	1	0	0	0	28	**48**
Fyens Stiftstidende	566	207	114	842	207	27	346	73	404	233	**3.019**
Helsingør Dagblad	484	96	67	147	167	12	301	33	183	60	**1.550**
Information	460	47	56	1	123	0	2	0	78	66	**833**
JydskeVestkysten	647	233	123	1.037	329	34	352	85	443	310	**3.593**
Jyllands-Posten	486	238	27	11	193	3	134	36	115	133	**1.376**
Kjerteminde Avis	2	11	0	6	0	2	2	10	2	22	**57**
Kristeligt Dagblad	397	91	51	0	114	1	0	0	71	119	**844**
Nordjyske	503	26	82	8	175	3	356	6	184	26	**1.369**
Politiken	184	194	14	7	47	5	20	19	56	214	**760**
Sjællandske	754	301	75	10	410	28	448	76	685	275	**3.062**
TV 2	701	0	56	0	268	0	387	0	222	0	**1.634**
Zetland	0	10	0	1	0	1	0	0	0	23	**35**
Århus Stiftstidende	544	110	82	968	259	10	327	69	294	138	**2.801**
Sum	**8.244**	**2.104**	**1.804**	**3.358**	**3.025**	**156**	**3.843**	**423**	**3.754**	**1.868**	**28.579**

Bemærk: Vi har anvendt en forholdsvis bred definition af politisk indhold, som omfatter alle enheder, hvori politiske aktører handler eller udtaler sig (se kodemanual i bilag B). Det medfører blandt andet, at enheder, som både handler om politik og erhverv/økonomi, er blevet klassificeret som politisk indhold.

Bilagstabel 11: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur, opdelt efter om det fokuserer på statistik.

Alle medier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Statistik	566	146	**712**
Ej statistik	2.833	1.130	**3.963**
Sum	**3.399**	**1.276**	**4.675**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Statistik	457	146	**603**
Ej statistik	2.215	1.130	**3.345**
Sum	**2.672**	**1.276**	**3.948**

Bilagstabel 12: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur, opdelt efter om det indeholder kritik.

Alle medier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Kritik	752	222	**974**
Ej kritik	2.647	1.054	**3.701**
Sum	**3.399**	**1.276**	**4.675**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Kritik	568	222	**790**
Ej kritik	2.104	1.054	**3.158**
Sum	**2.672**	**1.276**	**3.948**

Bilagstabel 13: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur, opdelt efter bearbejdningsgrad.

Alle medier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Telegramstof	1.911	197	**2.108**
Autogenereret indhold	23	453	**476**
Citathistorier	135	9	**144**
Rutinejournalistik	1.161	380	**1.541**
Fokusjournalistik	136	192	**328**
Sum	**3.366**	**1.231**	**4.597**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Telegramstof	1.673	197	**1.870**
Autogenereret indhold	22	453	**475**
Citathistorier	53	9	**62**
Rutinejournalistik	815	380	**1.195**
Fokusjournalistik	83	192	**275**
Sum	**2.646**	**1.231**	**3.877**

Bemærk: I kodemanualen (bilag B) optræder også kategorien ”genbrug”, men da yderst få redaktionelle enheder faldt i denne kategori, er den ikke medtaget i denne analyse. Ydermere blev anmeldelser ikke klassificeret i forhold til bearbejdningsgrad, hvorfor antallet af observationer er lavere end 4.675.

Bilagstabel 14: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur, opdelt efter kildetype.

Alle medier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Sportsperson	277	29	**306**
Udenlandsk politiker	283	40	**323**
Embedsmand/ offentligt ansat	615	153	**768**
Dansk politiker	356	114	**470**
Erhvervs- eller organisationsperson	749	248	**997**
Forsker	118	55	**173**
Borger uden portefølje	174	92	**266**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Sportsperson	211	29	**240**
Udenlandsk politiker	222	40	**262**
Embedsmand/ offentligt ansat	490	153	**643**
Dansk politiker	282	114	**396**
Erhvervs- eller organisationsperson	636	248	**884**
Forsker	78	55	**133**
Borger uden portefølje	135	92	**227**

Bemærk: Hver enhed kan godt rumme citater fra mere end en kildetype.

Bilagstabel 15: Antal journalistiske enheder foran og bag betalingsmur, opdelt efter antal citerede kilder.

Alle medier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Ingen citerede kilder	1.043	687	**1.730**
En citeret kilde	1.406	240	**1.646**
To citerede kilder	636	148	**784**
Flere end to citerede	297	164	**461**
Sum	**3.382**	**1.239**	**4.621**

Alle medier uden gratismedier

	Foran mur	Bag mur	Sum
Ingen citerede kilder	798	687	**1.485**
En citeret kilde	1.131	240	**1.371**
To citerede kilder	513	148	**661**
Flere end to citerede	216	164	**380**
Sum	**2.658**	**1.239**	**3.897**

Bemærk: Anmeldelser blev ikke klassificeret i forhold til kilder, hvorfor antallet af enheder er lavere end 4.675.

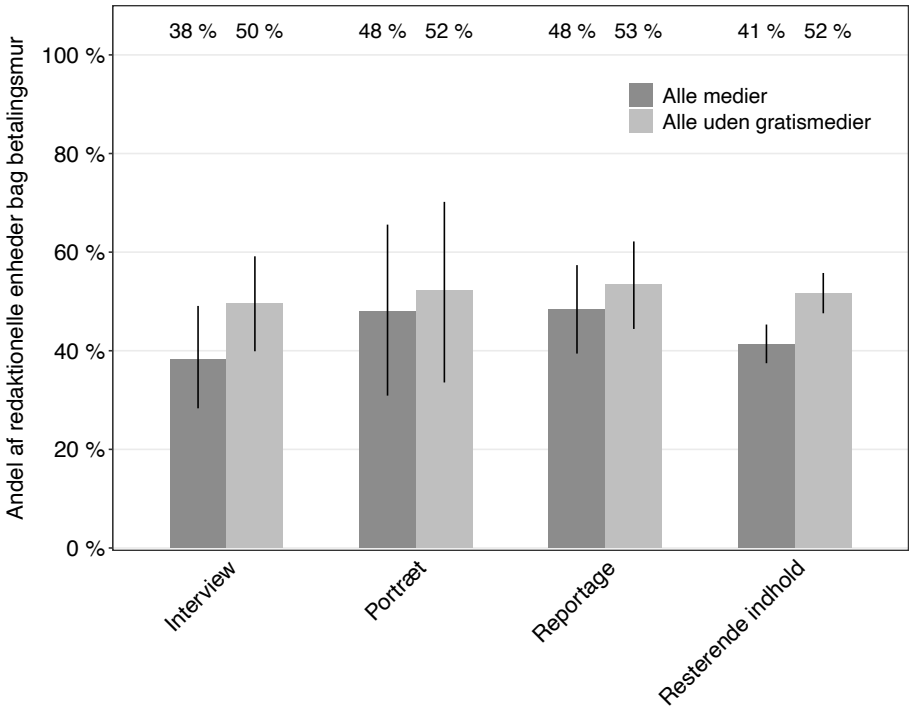
Bilag E: Kvantitative hovedresultater uden telegramstof

Bilagstabel 16: Andel af holdningsstof og journalistisk stof, som er bag betalingsmur

Medie	Holdningsstof (procent)	Journalistisk stof (procent)
Alle medier	45	44
Alle uden gratismedier	45	54
Kun landsdækkende	70	39
Kun regionale/lokale	13	56
B.T.	-	0
Berlingske	76	45
Børsen	32	95
Ekstra Bladet	0	7
Information	57	92
Jyllands-Posten	65	49
Kristeligt Dagblad	85	93
Politiken	98	89
Fyens Stiftstidende	16	67
Helsingør Dagblad	7	56
JydskeVestkysten	22	65
Kjerteminde Avis	-	89
Nordjyske	8	17
Sjællandske	8	33
Århus Stiftstidende	9	70
Føljeton	100	100
Zetland	-	100
DR	-	0
TV 2	-	0

Bemærk: Andele er ikke medtaget, hvis stikprøven indeholdt under 10 enheder i den pågældende kategori (eksempelvis holdningsstof fra B.T.), da disse andele er behæftet med betydelig statistisk usikkerhed.

Bilagsfigur 3: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, fordelt på udvalgte genrer.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt på forskellige genrer. De mørkegrå søjler viser resultaterne for alle 19 medier, og de lysegrå søjler angiver resultaterne, når de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2 er fraregnet. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

Bilagstabel 17: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, fordelt på udvalgte genrer.

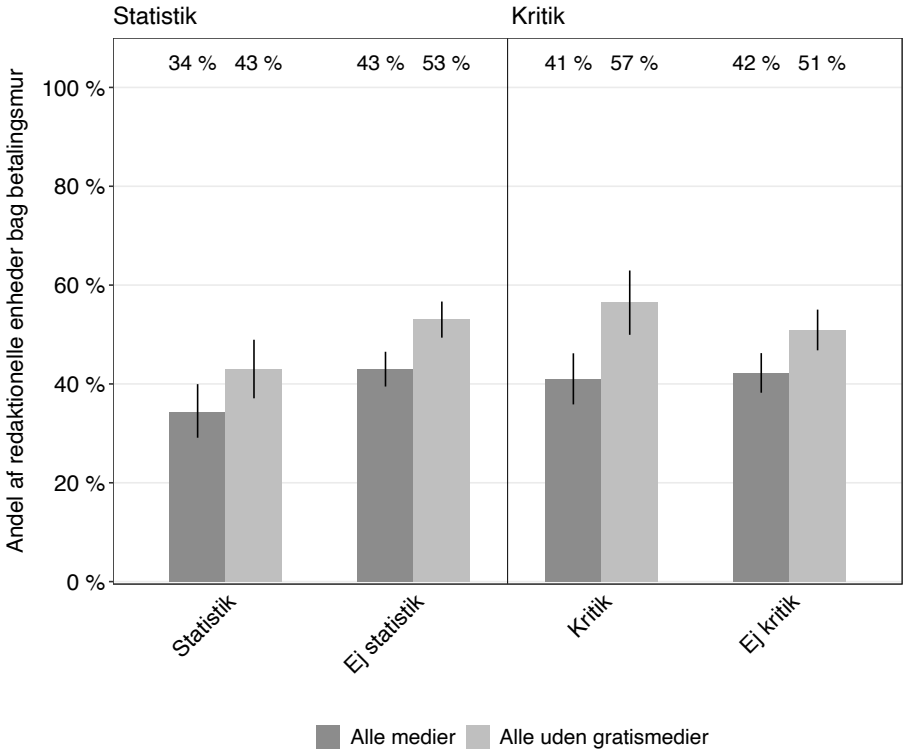
	Interview (procent)	**Portræt (procent)**	**Reportage (procent)**	**Rest. indhold (procent)**
Alle medier	38	48	48	41
Alle u. gratismedier	50	52	53	52

Bilagstabel 18: Andel af journalistisk indhold på de største stofområder, som er bag betalingsmur.

	Politik (procent)	Erhv./øko. (procent)	Krimi (procent)	Sport (procent)	Andet (procent)
Alle medier	35	88	8	16	38
Alle u. gratismedier	49	90	11	27	44
Kun landsdækkende	44	49	6	10	49
Kun regionale/lokale	45	95	11	33	35
B.T.	0	0	0	0	0
Berlingske	39	72	35	-	59
Børsen	91	97	-	-	96
Ekstra Bladet	4	0	7	5	12
Information	84	-	-	-	97
Jyllands-Posten	53	39	2	43	72
Kristeligt Dagblad	91	-	-	-	94
Politiken	87	-	-	86	90
Fyens Stiftstidende	50	94	23	36	39
Helsingør Dagblad	38	99	15	-	28
JydskeVestkysten	44	95	12	51	44
Kjerteminde Avis	85	-	-	83	92
Nordjyske	23	31	11	6	18
Sjællandske	51	29	9	31	31
Århus Stiftstidende	25	98	3	44	24
DR	0	0	0	0	0
TV 2	0	0	0	0	0
Føljeton	100	-	-	-	100
Zetland	100	-	-	-	100

Bemærk: Andele er ikke medtaget, hvis stikprøven indeholdt under 10 enheder i den pågældende kategori (eksempelvis sportsstof fra Børsen), da disse andele er behæftet med betydelig statistisk usikkerhed.

Bilagsfigur 4: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt på om det fokuserer på kritik og statistik.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt efter om det fokuserer på kritik og statistik. De mørkegrå søjler angiver resultaterne for alle 19 medier, og de lysegrå søjler angiver resultaterne, når de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2 er fraregnet. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

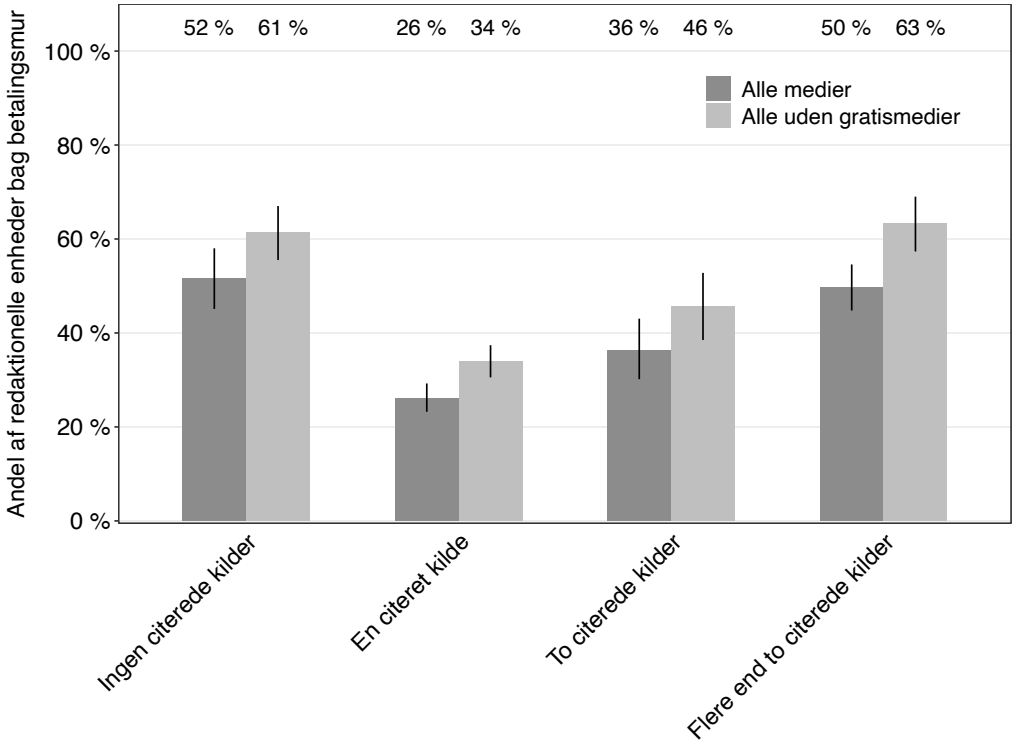
Bilagstabel 19: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt efter om det fokuserer på statistik eller ej.

	Statistik (procent)	**Ej statistik (procent)**
Alle medier	34	43
Alle u. gratismedier	43	53

Bilagstabel 20: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt på om det fokuserer på kritik eller ej.

	Kritik (procent)	**Ej kritik (procent)**
Alle medier	41	42
Alle u. gratismedier	57	51

Bilagsfigur 5: Andel af journalistisk indhold med forskellige antal citerede kilder, som er bag betalingsmur.

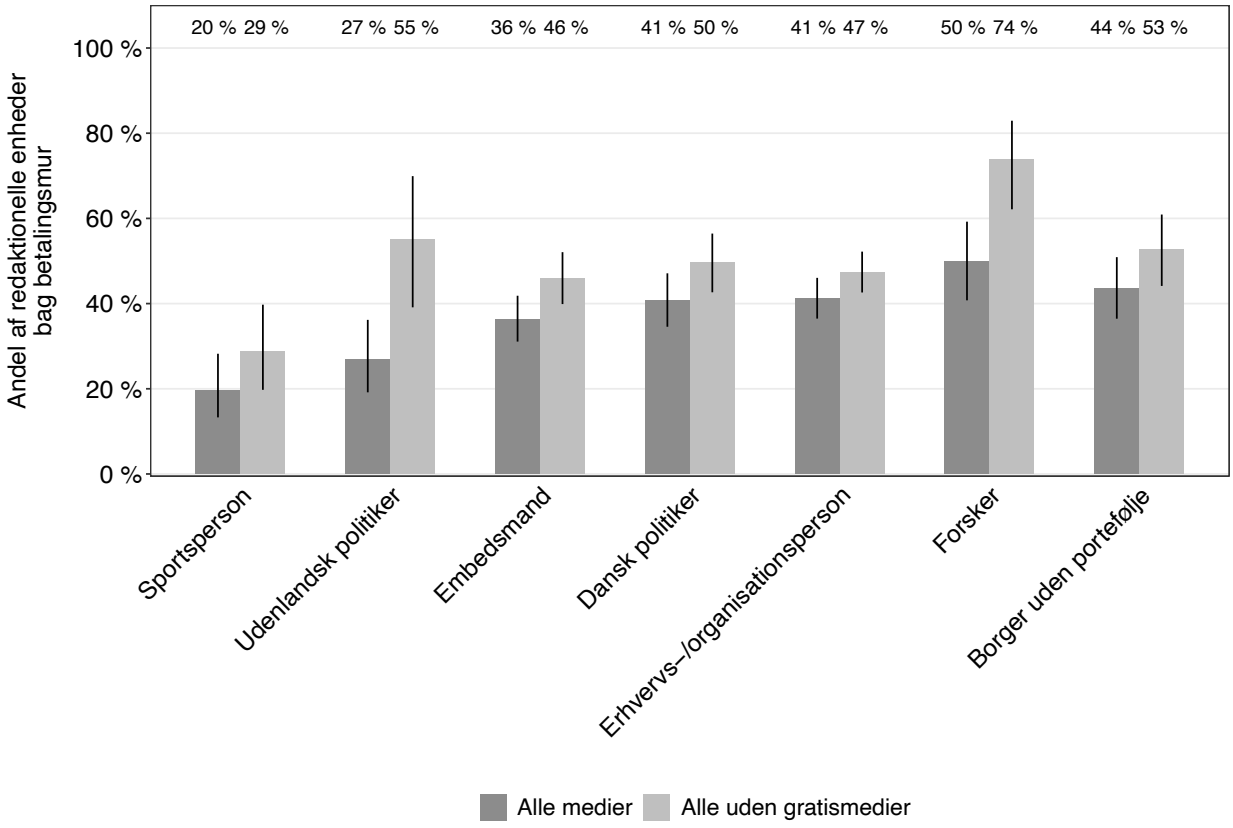


Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt efter antallet af citerede kilder. De mørkegrå søjler viser andelene for alle 19 medier. De lysegrå søjler viser andelene for alle medier fraregnet de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

Bilagstabel 21: Andel af journalistisk indhold med forskellige antal citerede kilder, som er bag betalingsmur.

	Ingen citerede kilder (procent)	En citeret kilde (procent)	To citerede kilder (procent)	Flere end to citerede kilder (procent)
Alle medier	52	26	36	50
Alle u. gratismedier	61	34	46	63

Bilagsfigur 8: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, opdelt efter kildetype.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold med forskellige antal citerede kilder, der er bag betalingsmur. De mørkegrå søjler viser andelene for alle 19 medier. De lysegrå søjler viser andelene for alle medier fraregnet de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

Bilagstabel 22: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, opdelt efter kildetype.

	Sports-person (procent)	**Uden-landsk politiker (procent)**	**Embeds-mand (procent)**	**Dansk politiker (procent)**	**Erhvervs-/ org.per-son (procent)**	**Forsker (procent)**	**Borger uden por-tefølje (procent)**
Alle medier	20	27	36	41	41	50	44
Alle u. gratismedier	29	55	46	50	47	74	53

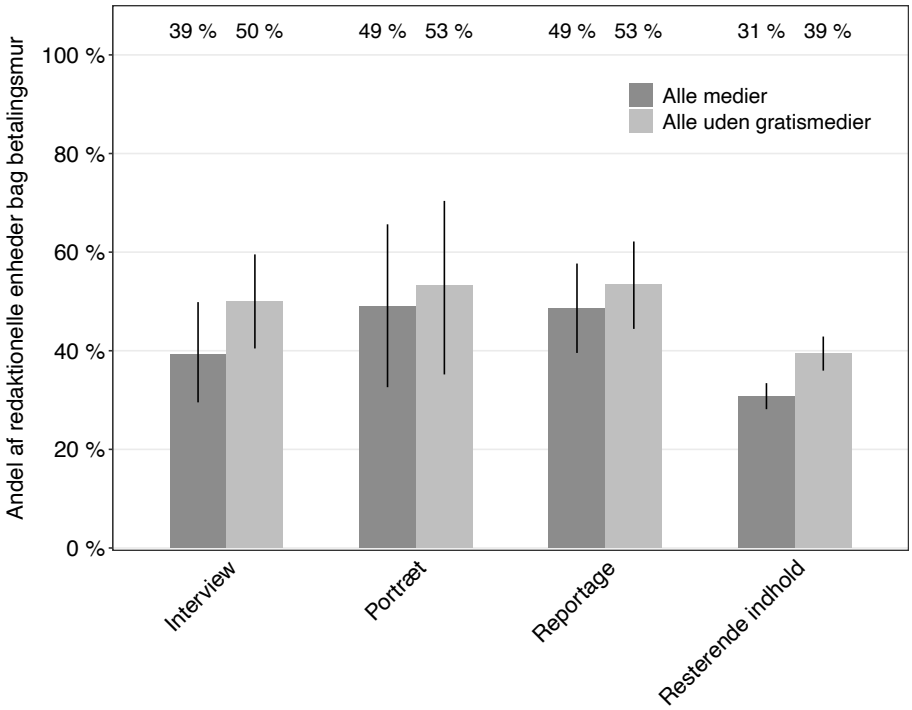
Bilag F: Kvantitative hovedresultater uden telegramstof; indhold fra live- og "seneste nyt"-blogs; samt autogenereret indhold

Bilagstabel 23: Andel af holdningsstof og journalistisk stof, som er bag betalingsmur

Medie	Holdningsstof (procent)	Journalistisk stof (procent)
Alle medier	45	34
Alle uden gratismedier	45	42
Kun landsdækkende	69	44
Kun regionale/lokale	13	34
B.T.	-	0
Berlingske	76	66
Børsen	32	96
Ekstra Bladet	0	7
Information	55	91
Jyllands-Posten	65	86
Kristeligt Dagblad	85	93
Politiken	98	89
Fyens Stiftstidende	16	38
Helsingør Dagblad	7	25
JydskeVestkysten	22	37
Kjerteminde Avis	-	89
Nordjyske	8	17
Sjællandske	8	33
Århus Stiftstidende	9	26
Føljeton	100	100
Zetland	-	100
DR	-	0
TV 2	-	0

Bemærk: Andele er ikke medtaget, hvis stikprøven indeholdt under 10 enheder i den pågældende kategori (eksempelvis holdningsstof fra B.T.), da disse andele er behæftet med betydelig statistisk usikkerhed.

Bilagsfigur 9: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, fordelt på udvalgte genrer.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt på forskellige genrer. De mørkegrå søjler viser resultaterne for alle 19 medier, og de lysegrå søjler angiver resultaterne, når de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2 er fraregnet. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

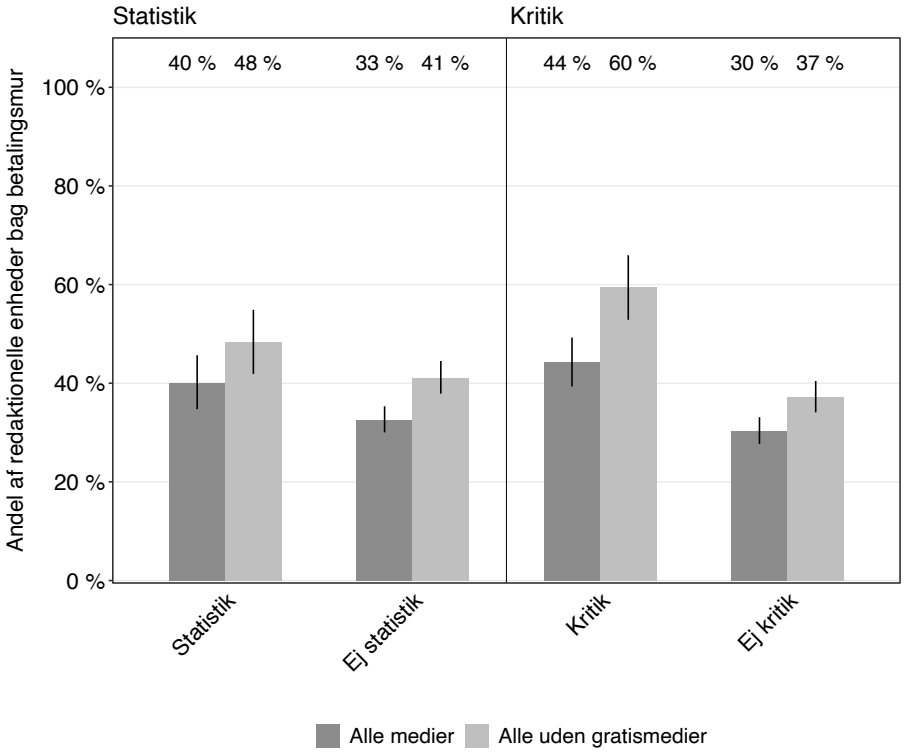
Bilagstabel 24: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, fordelt på udvalgte genrer.

	Interview (procent)	**Portræt (procent)**	**Reportage (procent)**	**Rest. indhold (procent)**
Alle medier	39	49	49	31
Alle u. gratismedier	50	53	53	39

Bilagstabel 25: Andel af journalistisk indhold på de største stofområder, som er bag betalingsmur.

	Politik (procent)	Erhv./øko. (procent)	Krimi (procent)	Sport (procent)	Andet (procent)
Alle medier	40	56	10	17	37
Alle u. gratismedier	54	60	13	27	43
Kun landsdækkende	52	74	7	11	51
Kun regionale/lokale	45	43	13	32	32
B.T.	0	0	0	0	0
Berlingske	65	75	46	-	68
Børsen	92	99	-	-	99
Ekstra Bladet	4	0	7	5	12
Information	84	-	-	-	97
Jyllands-Posten	87	85	11	92	93
Kristeligt Dagblad	91	-	-	-	94
Politiken	87	-	-	86	90
Fyens Stiftstidende	50	49	23	37	34
Helsingør Dagblad	38	-	20	-	23
JydskeVestkysten	44	42	16	50	36
Kjerteminde Avis	85	-	-	83	92
Nordjyske	23	31	11	6	18
Sjællandske	51	29	9	31	31
Århus Stiftstidende	26	42	6	45	27
DR	0	0	0	0	0
TV 2	0	0	0	0	0
Føljeton	100	-	-	-	100
Zetland	100	-	-	-	100

Bilagsfigur 10: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt på om det fokuserer på kritik og statistik.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt efter om det fokuserer på kritik og statistik. De mørkegrå søjler angiver resultaterne for alle 19 medier, og de lysegrå søjler angiver resultaterne, når de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2 er fraregnet. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

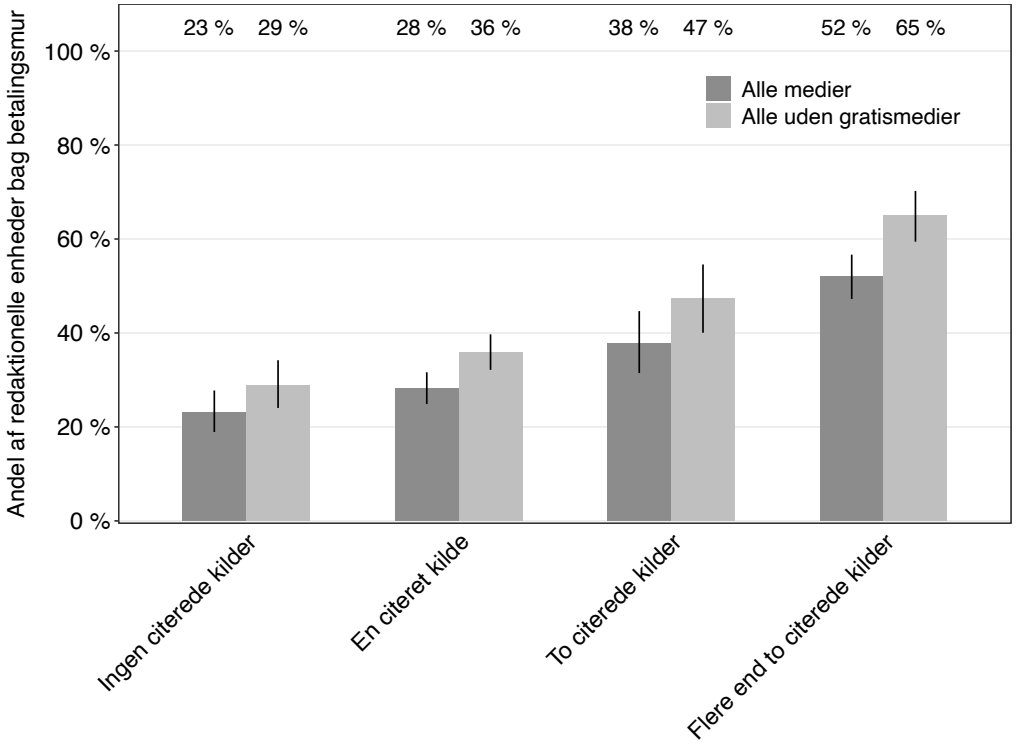
Bilagstabel 26: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt efter om det fokuserer på statistik eller ej.

	Statistik (procent)	**Ej statistik (procent)**
Alle medier	40	33
Alle u. gratismedier	48	41

Bilagstabel 27: Andel af journalistisk stof, som er bag betalingsmur, opdelt på om det fokuserer på kritik eller ej.

	Kritik (procent)	**Ej kritik (procent)**
Alle medier	44	30
Alle u. gratismedier	60	37

Bilagsfigur 11: Andel af journalistisk indhold med forskellige antal citerede kilder, som er bag betalingsmur.

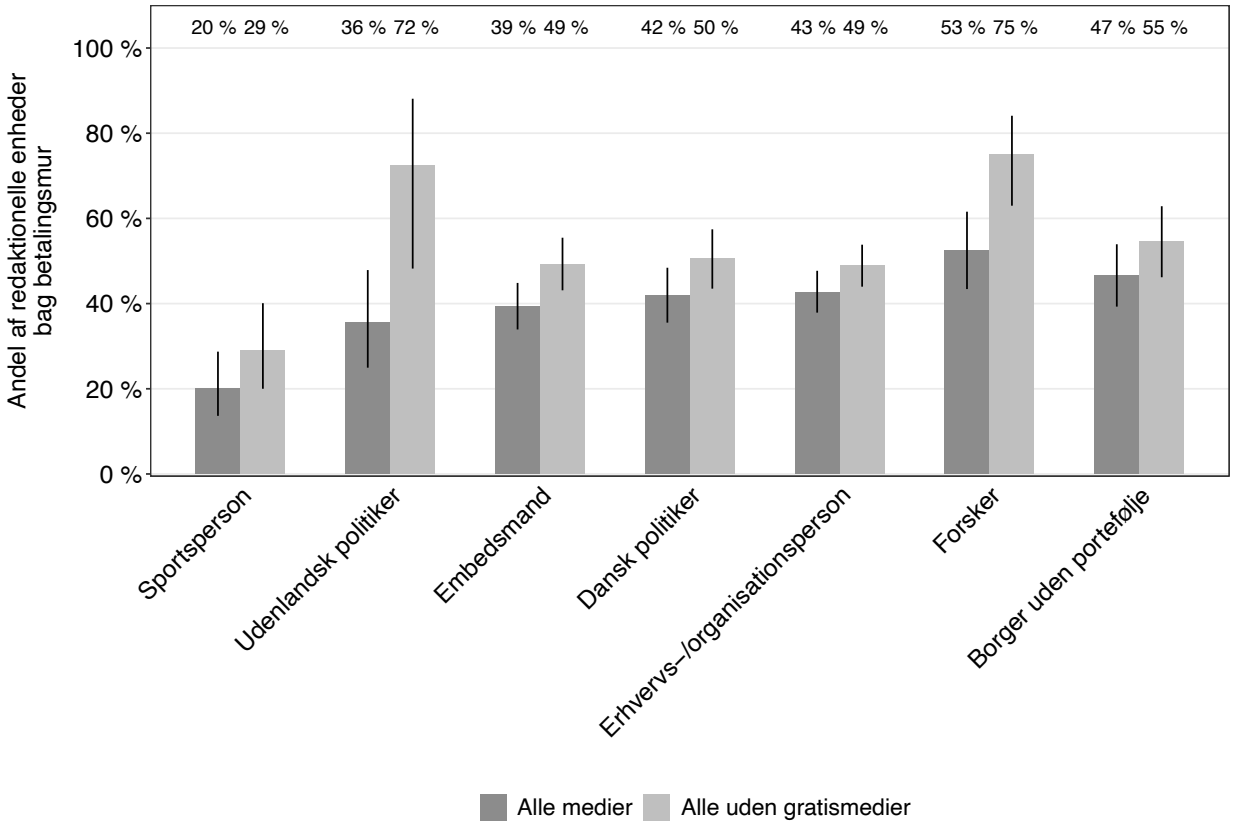


Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold, der er bag betalingsmur, opdelt efter antallet af citerede kilder. De mørkegrå søjler viser andelene for alle 19 medier. De lysegrå søjler viser andelene for alle medier fraregnet de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

Bilagstabel 21: Andel af journalistisk indhold med forskellige antal citerede kilder, som er bag betalingsmur.

	Ingen citerede kilder (procent)	En citeret kilde (procent)	To citerede kilder (procent)	Flere end to citerede kilder (procent)
Alle medier	23	28	38	52
Alle u. gratismedier	29	36	47	65

Bilagsfigur 14: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, opdelt efter kildetype.



Sådan tolkes figuren: Søjlerne angiver andelen af indhold med forskellige antal citerede kilder, der er bag betalingsmur. De mørkegrå søjler viser andelene for alle 19 medier. De lysegrå søjler viser andelene for alle medier fraregnet de tre gratis netaviser B.T., DR og TV 2. Lodrette streger angiver 95 %-konfidensintervaller.

Bilagstabel 22: Andel af journalistisk indhold, som er bag betalingsmur, opdelt efter kildetype.

	Sports-person (procent)	**Uden-landsk politiker (procent)**	**Embeds-mand (procent)**	**Dansk politiker (procent)**	**Erhvervs-/ org.per-son (procent)**	**Forsker (procent)**	**Borger uden por-tefølje (procent)**
Alle medier	20	36	39	42	43	53	47
Alle u. gratismedier	29	72	49	50	49	75	55

Bilag G: Yderligere beskrivelse af den kvalitative interviewundersøgelse

Den kvalitative delundersøgelse er gennemført ved hjælp af semistrukturerede interviews. Interviewene fulgte altså en fast, overordnet struktur – med spørgsmål, som var formuleret på forhånd – men var samtidig tilrettelagt således, at de bibeholdt en vis åbenhed over for de nye indsigter, som måtte opstå i samspillet mellem interviewer og interviewperson (Kvale & Brinkmann, 2015). Den faste struktur og de på forhånd formulerede spørgsmål gør det muligt at foretage systematiske sammenligner af interviewudsagn trods sommetider meget markante forskelle mellem de enkelte interviewpersoner. Det er en fordel, når man som her ønsker at klarlægge, hvorvidt der findes generelle mønstre i den måde, de enkelte medier håndterer spørgsmålet om placering af digitalt nyheds- og aktualitetsindhold i forhold til betalingsmure. Åbenheden gør det samtidig muligt at udnytte det fortolkningsrum, som er kvalitative undersøgelsers adelsmærke. I denne sammenhæng er det eksempelvis vigtigt at kunne identificere, hvornår og hvorfor der opstår "sprækker" i betalingsmurene – altså hvordan der argumenteres i de situationer, hvor nyhedsmedierne afviger fra deres generelle strategiske politikker.

Vi strukturerede interviewene på en sådan måde, at interviewpersonerne fik lejlighed til at komme godt omkring både de generelle overvejelser, de og deres nyhedsmedie har gjort sig om betaling for nyhedsindhold, og de konkrete overvejelser der spiller ind i det daglige arbejde. Dette gælder både i forhold til den overordnede planlægning og i forhold til den specifikke udførelse heraf. Alle interviews blev foretaget med brug af en interviewguide, som dels fastlagde samtalens overordnede struktur, dels indeholdt specifikke formuleringer af spørgsmål. Interviewguiden, som findes i Bilag H, adresserede følgende emner:

- Hvad er de generelle samfundsmæssige konsekvenser af, at der opkræves betaling for nyhedsindhold?
- Hvad betyder opkrævningen konkret for medierne?
- Hvordan påvirkes den journalistiske praksis heraf?
- Hvilke kriterier benytter det enkelte mediehus i vurderingen af, hvad der skal placeres henholdsvis foran og bagved betalingsmurene?

Det er væsentligt at være opmærksom på, at der for det enkelte nyhedsmedies vedkommende kan være helt specifikke hensyn, som gør, at de agerer eller argumenterer anderledes end andre. Det kan der være mange (organisatoriske, personlige, lokale eller principielle) årsager til, men vi har søgt at få sådanne forskelle italesat gennem to interviewtekniske greb.

For det første er vi under interviewet gået ind på det konkrete nyhedsmedies forside ved hjælp af en computer eller en smartphone for at drøfte, hvilke specifikke overvejelser om betaling, der har (eller burde have) gjort sig gældende i forhold til det nyheds- og aktualitetsindhold, der fyldte nyhedsmediets forside på tidspunktet for interviewet. Dette greb har tvunget interviewpersonerne til at forholde sig til egen praksis, hvilket står i kontrast til de mere abstrakte overvejelser om betalingsmure, der ellers kunne præge interviewene.

For det andet har vi brugt et generelt eksempel på en historie (en såkaldt "vignette") og bedt interviewpersonerne identificere, hvorvidt der skulle kræves betaling for en artikel om denne historie. Vignetter er oprindeligt et spørgeskemateknisk redskab, hvor man ved hjælp af et lille tekststykke måler holdninger til et begreb, det ellers vil være vanskeligt at sammenligne på tværs af kontekster, fordi brugen heraf vækker forskellige konnotationer i forskellige sammenhænge (King et al., 2004). Vignetten er med andre ord en form for metodisk anker, der kan bruges til at sikre, at man – alle andre forskelle til trods – måler det samme. Redskabet er i de seneste år også rykket ind i kvalitative studier (Ejrnæs & Monrad, 2012; Harrits & Møller, 2014). I denne undersøgelse har vi brugt dette redskab til at konstruere et fiktivt, men realistisk eksempel på en potentiel historie, som ville kunne bruges på tværs af forskellige nyhedsmedier i forskellige geografiske og konkurrencemæssige kontekster. Fordi det er præcis den samme historie, interviewpersonerne præsenteres for, kan vi altså være ret sikre på, at eventuelle forskelle i forhold til, om de ville opkræve betaling for adgang til denne nyhed eller ej, netop skyldes kontekstuelle forhold. Vi har anvendt følgende tekst som vignette:

> *Regeringen indfører en forsøgsordning, hvor folkeskolerne i 20 kommuner i et år ikke behøver at afholde nationale tests af eleverne. De nationale tests er ensartede på tværs af landet og bruges til at måle, hvordan elever på forskellige skoler og i forskellige kommuner klarer sig; de nationale tests er imidlertid også blevet kritiseret for at indføre en "performancekultur", som stresser eleverne. Forsøgsordningen med at springe de nationale tests over i et år i 20 kommuner skal bruges til at undersøge, om de nationale tests har betydning*

for elevernes trivsel. Forsøgsordningen er en udbygning af regeringens tiltag om at give folkeskolerne mere frihed lokalt.

Udvælgelse og rekruttering af interviewpersoner

På hvert af de nyhedsmedier, som indgår i undersøgelsen, har vi stræbt efter at interviewe personer på både "strategisk" og "operationelt" niveau. Den første gruppe omfatter de overordnede ledere, der fastlægger de generelle, redaktionelle og forretningsmæssige retningslinjer for, hvad der kan kræves betaling for. Den anden gruppe udgøres af de daglige ledere, der beslutter om en konkret historie skal placeres foran eller bagved betalingsmuren. Denne skelnen blev ikke foretaget med den forventning, at der ville være egentlige modsætninger at spore mellem de to grupper (og det viser data heller ikke, at der er), men i vished om, at der kommer forskellige overvejelser i spil, alt efter om man udfærdiger principperne for en handling, eller om man står med ansvaret for at udmønte disse i praksis.

For enkelte mediers vedkommende har vi imidlertid været nødt til at afvige fra vores principper om, hvem der skulle interviewes:

- *DR* og *TV 2* er public service-medier, hvor alt digitalt nyheds- og aktualitetsindhold er frit tilgængeligt. Det har derfor ikke været meningsfuldt at interviewe repræsentanter for disse nyhedsmedier om deres principielle og specifikke prioriteringer i forhold til betalingsmure.
- *B.T.* er et kommercielt nyhedsmedie, men det benytter en såkaldt "datawall" i stedet for en egentlig betalingsmur. Det vil sige, at brugerne skal oprette og benytte en brugerprofil for at få adgang til det digitale nyheds- og aktualitetsindhold, men de skal ikke som sådan betale (med penge) for adgangen. Vi har derfor ikke specifikt interviewet repræsentanter for dette nyhedsmedie (som dog er indirekte repræsenteret gennem vores interview med den relevante leder på koncern-niveau, Kevin Walsh).
- *Børsen*, *Føljeton* og *Zetland* er alle kommercielle nyhedsmedier, som (principielt) har alt digitalt nyheds- og aktualitetsindhold bag betalingsmur. Eftersom der derfor på disse nyhedsmedier ikke foregår en redaktionel vurdering fra artikel til artikel i forhold til placering foran eller bagved betalingsmurene, har vi i disse tilfælde kun interviewet de strategisk ansvarlige.
- *Berlingske Media* og *JFM* er begge mediekoncerner, hvor der (i varierende grad) er indført fælles politikker vedrørende anvendelsen af betalingsmure. Det vil sige, at forhold går igen på tværs af disse koncerner, og vi har derfor prioriteret at interviewe de ledere, som arbejder på

dette tværgående koncernniveau. I nogle tilfælde træder disse interviews derfor i stedet for et af eller begge de mediespecifikke interviews (det er eksempelvis tilfældet hos Aarhus Stiftstidende og B.T.).

- *Kristeligt Dagblad* og *Politiken* er begge kommercielle nyhedsmedier, hvor vi af praktiske hensyn foretog "dobbelt-interviews" med begge interviewpersoner på én gang i stedet for (som planlagt og foretrukket) at afholde to separate interviews. Planlægning af interviewundersøgelser er (også) det muliges kunst, og ved disse to nyhedsmedier var interviews kun mulige som fælles interviews. Af hensyn til at opnå så bred en spredning af interviewpersoner som muligt valgte vi derfor at acceptere denne afvigelse fra det overordnede princip for den kvalitative dataindsamling.

En samlet oversigt over undersøgelsens 27 interviewpersoner findes i Bilag I.

Dataindsamling og -bearbejdning

15 af de 27 interviewpersoner blev interviewet ansigt-til-ansigt, mens 12 blev interviewet online (gennem Microsoft Teams). Alle interviews blev optaget og derefter transskriberet af projektets studentermedhjælpere med hjælp fra det transskriberingsværktøj, som er integreret i Microsofts Office 365.

Kvalitativ dataanalyse

Til analysen af de transskriberede interviews benyttede vi en dels en lukket, deduktiv kodning af hele datamaterialet og dels en åben, induktiv kodning af vignet-passagerne (Bjørnholt & Jakobsen, 2020; Miles & Huberman, 1994).

En lukket kodning foretages ved hjælp af en kodemanual og en kodeliste. Processen minder meget om den indholdsanalyse, der blev benyttet ved den manuelle klassificering af det kvantitative datamateriale, og der er sammenlignet med andre kvalitative tilgange tale om en ret hurtig fremgangsmåde, da kodemanualen og -listen angiver de kategorier, der skal registreres. I denne delundersøgelse strukturereredes den lukkede kodning efter interviewguidens kategorier, noter fra interviewerne, indsigter fra den kvantitative indholdsanalyse og endelig ud fra kategorier, der blev identificeret gennem en åben pilotkodning af en håndfuld interviews. For at styrke sammenligningen på tværs af de forskellige nyhedsmedier støtter vi os i analysen primært til de passager, hvor interviewpersonerne forholder sig til vignetten. Disse passager er blevet analyseret ved hjælp af

en åben kodning. En åben kodning finder som regel sted i tre trin: En linje-for-linje-kodning, hvor ethvert relevant udsagn i teksten markeres; en såkaldt aksekodning hvor disse markerede nedslag rubriceres inden for en række overordnede kategorier; og en samlet kortlægning af disse kategorier i en tabel eller figur. Vi understøtter således vores analyser med to kvalitative displays. Displays er grafiske kondenseringer af kvalitativt materiale og modsvarer tabeller og figurer, som man kender dem fra kvantitative undersøgelser. Ligesom kvantitative tabeller og figurer er displays både et analyse- og et formidlingsredskab. Ved at samle al relevant information (i dette tilfælde flere hundrede siders interviewudskrifter) i én samlet figur er det lettere at se og at forklare de overordnede mønstre, der fremkommer i datasættet, og ikke mindst at synliggøre eventuelle afvigelser. I en dansk sammenhæng har Dahler-Larsen (2020) lanceret displays som en fremgangsmåde til at overkomme problemet ved meget forendetunge kvalitative undersøgelser med.

Litteratur

- Bjørnholt, B., & Jakobsen, M. L. (2020). Kvalitativ analyse: Kodning. In K. M. Hansen, L. B. Andersen, & S. W. Hansen (Eds.), *Metoder i statskundskab* (3. udgave., pp. 212-227). Hans Reitzels Forlag.
- Dahler-Larsen, P. (2020). Display. In K. M. Hansen, L. B. Andersen, & S. W. Hansen (Eds.), *Metoder i statskundskab* (3. udgave., pp. 228-248). Hans Reitzels Forlag.
- Ejrnæs, M., & Monrad, M. (2012). *Vignetmetoden: Sociologisk metode og redskab til faglig udvikling*. Akademisk Forlag.
- Harrits, G. S., & Møller, M. Ø. (2014). Prevention at the Front Line: How home nurses, pedagogues, and teachers transform public worry into decisions on special efforts. *Public Management Review*, *16*(4), 447-480.
- King, G., Murray, C. J. L., Salomon, J. A., & Tandon, A. (2004). Enhancing the Validity and Cross-cultural Comparability of Measurement in Survey Research. *American Political Science Review*, *98*(1), 191-207.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (3. udgave). Hans Reitzels Forlag.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Sage.

Bilag H: Interviewguide

Interviewguide *Hvad er afgørende for, hvilket indhold medier/redaktører lægger foran eller bag en betalingsmur?* *Hvilke overvejelser gør udvalgte redaktører sig i beslutningen om, hvilket indhold der er frit tilgængeligt, og hvilket indhold der kræver abonnement/betaling?*	
TEORETISK INTERVIEWGUIDE	**PRAKTISK / OPERATIONEL INTERVIEWGUIDE**
Briefing	*Formål: Forklare projektet kort.* • Jeg sidder her med en liste med spørgsmål, som jeg skal igennem. Det betyder, at jeg måske undervejs skifter emne for at sikre at vi kommer hele vejen rundt. Hvordan vi kommer igennem spørgsmålene, er så af mindre betydning. Hvis der er noget, du gerne vil omkring, er du selvfølgelig mere end velkommen til at bryde ind undervejs. • Jeg optager interviewet af hensyn til den forskningsmæssige dokumentation, og fordi det efterfølgende skal transskriberes og kodes sammen med de øvrige interviews. Du er velkommen til når som helst at bede mig slukke optageren. • Er der nogen spørgsmål, inden jeg starter optageren og vi går i gang?
Indledende spørgsmål	• Vil I præsentere jer selv? Hvad arbejder du med? • Hvor længe har du haft den funktion? (træffer du beslutningerne alene, eller er I flere om det) • Hvad er jeres roller i ft abonnementstof/ ikke-abo. • Vi taler om ”betalingsmure” – hvad kalder I det egentlig hos jer? Og hvorfor?
Den redaktionelle linje i forhold til betalingsmure	• Har I nogle redaktionelle kriterier, I arbejder ud fra ift. udvælgelse? • Hvornår i den journalistiske arbejdsproces bliver det afgjort, om en historie skal låses eller ej? • Hvad kan ellers spille ind, når I vælger at låse bestemte artikler frem for andre? • Er der indhold, I altid vil ligge hhv. for/bag? (Her spørge opfølgende ind til bearbejdningsgrad, emner, genrer) Måske også spørge til om de skelner mellem artikler baseret på lægmandskilder vs videnskilder samt antal af kilder.

	• Er der særlige tilfælde, hvor I har åbnet indhold, I ellers ville have låst? (Kunne være Covid, krig, valg...) Hvorfor? Hvis nej: andre gjorde det, hvor gjorde I det ikke?) • Obs på at de skal tale om vægtning mellem forretningsmodel og bidrag til at "klæde folk på til at deltage i den demokratiske samtale". • Hvad tænker I om jeres rolle i at klæde borgerne på til at deltage i den demokratiske proces? Ikke alle adgang til det samme. • Er det samme udvælgelsesproces hver dag? (Spørge ind til om der er forskel på stille dage, nyhedsfyldte dage mv) • Har I et konkret mål for, hvor stor en procentdel af indholdet, der skal være låst? • Kan der være et demokratisk problem i den ulige adgang til mediestof? • Er der andet, der kunne være relevant at vide om jeres strategiske prioriteringer ift betalingsmure?
Den redaktionelle linjes betydning for arbejdet med konkrete artikler	• Hvordan arbejder journalister hos jer med opbygning af artikler ved med vs uden betaling? • Er der andet, journalisterne konkret arbejder med ift. for / bag lås? Virkemidler?
Konkret niveau	• Lad os se på den seneste artikel, du/I har lagt bag betalingsmuren. Hvorfor er dén placeret der? (kigge på mediets site) *[opfølgende spørgsmål, der sigter mod de ting, vi véd plejer at være afgørende for denne prioritering]* • Hvis du omvendt skulle gjort denne artikel frit tilgængelig. Hvad skulle så være anderledes, eller hvad skulle så *ikke* være der?
Vignette	• Nu kunne jeg godt tænke mig at vise dig en fiktiv nyhed, hvor jeg gerne vil have dig til at vurdere, hvad der skulle til, hvis den skulle bag en betalingsmur. Ideen med denne lille øvelse er, at vi viser den samme nyhed til forskellige aktører på forskellige medier for at have et fælles grundlag at sammenligne ud fra. *[vis uddraget og giv vedkommende 2-3 minutter til at læse det]* • Ville du lade denne artikel i sin nuværende form være frit tilgængelig eller placere den bag betalingsmuren?

	• Hvad tænker du umiddelbart, I ville gøre ved, hvis den skulle bag lås? • Ville beslutningen være anderledes, hvis de øvrige partier i forligskredsen på baggrund af dette forslag varsler storm mod ministeren, fordi de ser det som et forligsbrud på området (altså ændrer konfliktniveauet beslutningen).
Er der noget, du gerne vil tilføje, inden jeg slukker optageren? *Er noget, du vil tilføje nu, nu hvor optageren er slukket?*	
Afslutning	[Debriefing: generel høflighed..)

Bilag I: Oversigt over undersøgelsens 27 interviewpersoner

Bilagstabel 23: Oversigt over interviewpersoner

Medie	Koncern	Navn	Titel	Interview-dato	Interview-type
Berlingske	De Persgroup	Peter Burhøi	Nyhedschef	26.5.2023	Online
Berlingske Media	De Persgroup	Kevin Walsh	Redaktionel udviklingschef	11.4.2023	Fysisk
Børsen	JP/Politikens Hus & Bonnier	Nikolaj Sommer	Nyhedsdirektør	25.4.2023	Online
Ekstra Bladet	JP/Politikens Hus	Casper Hjorth	Plus-redaktør	31.3.2023	Fysisk
Ekstra Bladet	JP/Politikens Hus	Maria Lützen	Redaktør for betalt indhold	23.3.2023	Online
Føljeton	Føljeton	Søren Høgh Ipland	Adm. direktør	27.4.2023	Online
Fyens Stiftstidende	JFM	Sander Schmidt Astrup	Redaktionschef	28.4.2023	Fysisk
Helsingør Dagblad	JFM	Lasse Brohammer	Nyhedschef	3.5.2023	Online
Helsingør Dagblad	JFM	Josephine Opstrup Vedel	Chefredaktør	14.4.2023	Online
Information	Information	Karen Steensbæk Nielsen	Forside-redigerende	31.3.2023	Online
Information	Information	Kim Schou	Digital redaktionschef	23.2.2023	Fysisk
Jydske Vestkysten	JFM	Rikke Baltzer	Nyhedsredaktør og redaktionschef	15.3.2023	Online
Jydske Vestkysten	JFM	Jonas Arend Bisgaard Kristensen	Jourhavende (vikar)	15.3.2023	Online
Jyllands-Posten	JP/Politikens Hus	Emilie Holt Vissing Christensen	Nyhedschef og redaktør	28.4.2023	Fysisk
Jyllands-Posten	JP/Politikens Hus	Marchen Neel Gjertsen	Chefredaktør	17.4.2023	Online
Jysk-Fynske Medier (JFM)	Jysk-Fynske Medier (JFM)	Claes Senger Holtzmann	Data- og analyseredaktør	15.3.2023	Online
Kjerteminde Avis	Kjerteminde Avis	Peter Hougesen	Chefredaktør	4.5.2023	Fysisk

Kjerteminde Avis	Kjerteminde Avis	Martha Wiese	Journalist	4.5.2023	Fysisk
Kristeligt Dagblad	Kristeligt Dagblad	Morten Frich	Digital redaktionschef	29.6.2023	Fysisk
Kristeligt Dagblad	Kristeligt Dagblad	Mads Emil Lidegaard	Digital chef	29.6.2023	Fysisk
Nordjyske	Det Nordjyske Mediehus	Steffen Melgaard Bek	Redaktionschef	14.3.2023	Fysisk
Nordjyske	Det Nordjyske Mediehus	Karen Edelmann Keinicke	Chefredaktør	14.3.2023	Fysisk
Politiken	JP/Politikens Hus	Thomas Berndt	Redaktionschef	20.4.2023	Fysisk
Politiken	JP/Politikens Hus	Troels Behrendt Jørgensen	Digital redaktør	20.4.2023	Fysisk
sn.dk	Sjællandske Medier	Anette Gundlach	Digital nyhedschef	1.5.2023	Fysisk
Zetland	Zetland	Tav Klitgaard	Adm. direktør	22.2.2023	Fysisk
Aarhus Stiftstidende	JFM	Thomas Nielsen-Grøn	Redaktionschef	13.4.2023	Online