



## Formandens beretning – generalforsamling 2025

*Af Christina Blaagaard, formand for Danske Medier*

Forleden stødte jeg i en snak om medier og AI på det argument, at en sprogmodel lige så vel kunne lave en solid analyse af situationen i Indien/Pakistan som en erfaren journalist med området som speciale.

Dette og lignende argumenter møder vi alle jævnligt i forskellige sammenhænge. Og der er bestemt også en pointe i, at visse opgaver, der traditionelt har været varetaget af journalister, i fremtiden kan aflastes af teknologisk hjælp. Og hurra for det.

Det er en kompleks diskussion med mange aspekter, men det er sjældent argumentet tænkes til fuld konsekvens.

For man kan i teorien måske godt generere en analyse med hjælp af en sprogmodel, der har adgang til nyhedsindhold, åbne historiske kilder og tidligere analyser. Men lad os et øjeblik forestille os en virkelighed, hvor der ikke længere findes menneskeligt opsamlet data fra slagmarker, fra rigtige mennesker ude i virkeligheden, og fra det der sker i krogene i de diplomatiske rum? Det er den virkelighed, journalistikken registrerer, og hvis det ikke længere sker, ender vi i en verden, hvor kun den syntetiske virkelighed registreres, mens rigtige menneskers oplevelser og lidelser ikke gør.

Det dystopiske billede er måske at male fanden på væggen. Men vi er nødt til at turde holde det op i en verden, hvor vi som private medier ofte må høre på, at vi bare skal opdatere vores forretningsmodeller og lade vores indhold være frit for træningsmodellerne.

Som publicister skal vi tage ansvar for vores indhold, og vi skal være ydmyge over for vigtigheden af, at almindelige mennesker har tillid til, at vi gør netop det. Vi skal tage ansvar for at udvikle vores forretningsmodeller, så de er tidssvarende og formår at ramme balancen mellem integration af teknologiske muligheder og udfordring af samme. Vi skal i højere grad samarbejde indbyrdes og med vores teknologiske mod- og medspillere.

Alt det forudsætter dog, at vi ikke er alene om at tage ansvar for, at der er økonomisk grundlag for overhovedet at drive privat publicistisk virksomhed. Det kræver, at det politiske liv, tech-sektoren og public service-institutionerne også forstår og respekterer de grundlæggende spilleregler, som er nødvendige for, at vi kan eksistere. Det gælder respekt for ophavsretten, for konkurrencesituationen, og at man også fra politisk hold understøtter mediernes uafhængighed.

Det er de private publicister, der sikrer den solide mediepluralisme, vi har i Danmark. I de seneste uger har nye forskningsresultater bekræftet den pointe. De lokale og regionale medier er de største bidragsydere til mediernes fødekæde, som også er styrket af en underskov af specialiserede nichemedier, der kommer hen steder, hvor public service aldrig vil komme og løfter vigtige samfundsrelevante dagsordener.

I det år, der er gået, har Danske Mediers organisation gennemført et kæmpe arbejde for at skærpe vores fokus på netop den dagsorden, der nævnt her.

Det har været en proces, der blev åbnet med ansættelsen af Dicle Duran som ny direktør for foreningen. En proces som har været løftet forbilledligt af en administration, der i dag står tilbage mindre, men stærkere og langt mere fokuseret. En kæmpe tak til jer.

Presset for politisk handling har båret frugt på mange flanker og er fortsat stærkt ind i 2025. Især spørgsmål om ophavsret og AI har i sagens natur fyldt meget og vil fortsat gøre det fremad.

Med gennemførelsen af WAN IFRA-konferencen på dansk jord i 2024 bidrog Danske Medier til at sætte rammerne for en helt afgørende samtale om, hvordan publicister rykker tættere sammen for at styrke den frie presse verden over.

Fra det globale til det lokale perspektiv har vi været med i en række initiativer, der støtter op om, at fri og oplyst information både er tilgængelig i lande ramt af krig men også herhjemme på tværs af landet og på tværs af befolkningsgrupper og generationer.

Evnen til at drive det vigtige arbejde fremad hviler i sidste ende på jer - medlemmerne - som hver dag på vidt forskellige præmisser men med en fælles mission for en oplyst offentlighed arbejder for en fortsat stærk dansk mediepluralisme.

Vores udgangspunkt, vores målgrupper og vores forretningsmodeller er ikke altid ens eller for den sags skyld overensstemmende. Men det har aldrig været vigtigere, at vi står sammen og samarbejder om, at vi som land kan fastholde det pluralistiske mediebillede, der er et afgørende fundament for vores demokrati.