

Er kulturjournalistikken i krise?

En rapport om forandringerne i dækningen af kultur
i den skrevne presse i Danmark



Mads Daugbjerg, Annegerd Lerche Kristiansen og Kaj Høivang

Constructive Institute

Juni 2026

Kultur Explorer-projektet er finansieret af Aage og Johanne Louis-Hansens Fond

Indholdsfortegnelse

Indledning	1
Kapitel 1: Baggrund og kontekst	2
Kultur og kulturvaner i Danmark	2
<i>Kulturliv og kulturvaner</i>	3
Kulturjournalistikkens knibe	5
<i>Konkurrencesituationen</i>	5
<i>Skarpere journalistisk prioritering</i>	7
Lovgrundlaget	8
<i>Mediestøtteudvalget anbefaler ophævelse af kravet om kulturstof</i>	9
Kapitel 2: Tal og tendenser	11
<i>Vigtig kontekst for kulturområderne</i>	12
<i>Museumsområdet</i>	13
<i>Teaterområdet</i>	13
<i>Gastronomi</i>	13
Andres undersøgelser: Musik- og litteraturjournalistikken	14
<i>Musikområdet</i>	14
<i>Litteraturområdet</i>	15
Nedgang i mediernes redaktionelle bemandinger	16
<i>Nordjyske</i>	17
<i>Fyens Stiftstidende</i>	17
<i>JydskeVestkysten</i>	18
<i>Jyllands-Posten</i>	18
<i>Kristeligt Dagblad</i>	19
<i>Politiken</i>	19
Kapitel 3: Redaktionelle responser	20
Landsdækkende responser: Kulturelle flagskibe og stærke selvbilleder	20
<i>Kulturens rolle og placering i de tre aviser</i>	21
<i>Anmeldelsen som en fortsat central genre</i>	22
<i>Kulturjournalistik som en del af (nogle) mediers identitet</i>	23
Regionale responser: Kultur på markedsvilkår	24
<i>Kultur som et stofområde på linje med alle andre</i>	25
<i>Hvad kultur og kulturjournalistik også kan være</i>	26
<i>En søgen efter nye veje</i>	27
Kapitel 4: Diskussion	30
<i>Har vi et paradoks, hvor kulturen trives men kulturjournalistikken lider?</i>	31
<i>Er kulturjournalistikkens krise primært regional og lokal?</i>	31

<i>Fra smallere to bredere forståelser af kultur i medierne?</i>	32
<i>Hvad er den ideelle relation mellem kulturjournalisten og kulturlivets aktører?</i>	33
<i>En offensiv oprustning, der sætter kulturjournalistikken i centrum?</i>	34
<i>Kultur Explorers næste fase</i>	34

Anvendt litteratur	35
---------------------------------	-----------

Indledning

Denne rapport omhandler den første del af et projekt om dansk kulturjournalistikks udvikling og rolle i en digital tidsalder. Målet for projektet er dels at kortlægge denne udvikling og gøre status, dels – i den anden fase, der følger i 2027 – at arbejde med kulturjournalistikens fremtid og relevans i en tid, hvor den er presset i medielandskabet, og hvor kulturredaktioner skrumper eller sløjfes mange steder.

For at belyse dette tegner vi i denne rapport først en række linjer og kontekster op for kulturjournalistikens nuværende situation i en medievirkelighed præget af intens konkurrence fra digitale platforme, nye medier og uafhængige indholdsskabere (Kapitel 1). Af ressourcemæssige hensyn har vi fokuseret vores undersøgelser på seks dagblade; tre nationale aviser, *Jyllands-Posten*, *Politiken* og *Kristeligt Dagblad*, samt tre regionale, *Nordjyske*, *Fyens Stiftstidende* og *JydskeVestkysten*. Vi inddrager dog også tal og viden fra en række andre undersøgelser, der trækker på anden forskning og andre kilder. Vi har samlet en række tal og udviklingstendenser i det kvantitativt baserede Kapitel 2. Det opfølges af indsigter fra interviews, vi har foretaget, med redaktører fra de seks ovennævnte medier, i Kapitel 3, og af en afsluttende diskussion i Kapitel 4.¹

I løbet af de seneste årtier har den samlede produktion af skreven journalistik i Danmark oplevet en markant tilbagegang. Kulturjournalistikens krise må ses i lyset af denne mere generelle nedgang. Samtidig finder vi dog også eksempler, særligt blandt de landsdækkende medier, på at kulturstoffet ikke lider overalt. En af diskussionerne, vi rejser, er derfor også, om kulturjournalistikens tilsyneladende krise i Danmark primært må forstås en krise for de regionale og lokale medier.

Et af de fundamentale principper i den konstruktive journalistik er at sikre det fulde billede i en given sag. Derfor har vi i denne første projektfase fokuseret på at tilvejebringe faktuel information og nuancer for at kvalificere debatten om kulturjournalistikens situation. I den anden projektfase, der følger i 2027, sættes der i højere grad spot på løsninger, muligheder og eksempler på medieaktører, der har udviklet formater eller forretningsmodeller for kulturjournalistik, der kan inspirere, fra ind- og udland. Med afsæt i første fases kortlægning og statusbillede vil vi til den tid undersøge mulighedsrummet for transformation eller ligefrem genopfindelse af kulturdækningen. Her vil spørgsmålet om, hvordan vi kan genfortolke og mobilisere en *kritisk* tilgang til kulturstoffet, stå centralt. Ikke i kontrast til idealet om konstruktiv journalistik, men som en forudsætning for den.

¹ Vi har trukket på samtaler med og assistance fra en række forskere og kilder. En særlig tak rettes til professor Nete Nørgaard Kristensen, Institut for Kommunikation, Københavns Universitet, samt informationsspecialist Max Odsbjerg Pedersen fra Det Kgl. Bibliotek. Ikke mindst rettes en stor tak til Louis-Hansen fonden for at muliggøre projektet.

Kapitel 1: Baggrund og kontekst

Kultur og kulturvaner i Danmark

Kultur er et komplekst begreb, som gennem tiden er blevet forstået og brugt på en lang række forskellige måder (Fink 1988; Køber m.fl. 2022). I denne rapport beskæftiger vi os med den måde, kulturen dækkes i medierne, og dette er ikke stedet til lange idéhistoriske udredninger. Dog er det værd at notere sig den grundlæggende forskel mellem en *bred* og en *smal* forståelse af kultur. Den brede anskuer kultur som vaner, fællesskaber eller livsformer, der kendetegner en større eller mindre fællesskab af mennesker (fx den russiske kultur, en feministisk subkultur, eller en virksomhedskultur). I en smal forståelse, derimod, refererer kultur til de specifikke udtryksformer, der udgør “kulturlivet” eller “kultursektoren”; musik, teater, dans, film, litteratur, osv.

Kulturjournalistik produceres typisk med sidstnævnte, smalle sektorforståelse som fokus. Men samtidig ligger det brede kulturbegreb som en implicit ramme bag mange diskussioner i kultursektoren – og dermed også i journalistikken om kulturen – ikke mindst når det gælder forståelser af *dansk* kultur og kulturlivets måde at eksemplificere, reflektere og understøtte denne.

For eksempel springer det projekt, som denne rapport handler om, ud af en bekymring for “sammenhængskraften” i Danmark i en tid, hvor mange medier skærer ned på kulturdækningen. Her er der en bred forståelse af kultur på spil: kultur anskuet som limen i det danske samfund. Den finder man også i de nyere politiske paroler om behovet for “åndelig oprustning”. Den netop afgåede kulturministers nylige lancering af *Rådet for kulturel modstandskraft* bygger på samme logik: ministeren talte i februar 2026 om “de værdier, man er rundet af” og “det frisind, åbenhed, tolerance, demokrati og en vilje til at passe på det, der er vores”, som kultursektoren ifølge ham kan og bør adressere. Her bliver kultur opfattet ikke blot som det enkelte (smalle) værk men også som det (brede) nationale fællesskab, som det enkelte værk og kultursektoren som helhed forstås som et bidrag til eller et bolværk til beskyttelse af. Idéen om et organ for kulturel modstandskraft trækker altså tydeligt på begge forståelser, når (smal, sektor-) kultur antages at fungere som et værktøj, der kan bruges til at styrke (bred, dansk) kultur.

For undersøgelsen her er den overordnede pointe, at kultur begribes og beskrives forskelligt, også i medierne, og at disse forståelser er foranderlige. En undersøgelse af udviklingen i kulturjournalistikken er derfor også en undersøgelse af større bevægelser i idéerne om kultur og kulturel betydning. Og selvom det meste kulturjournalistik stadig bedrives ud fra en smal kulturforståelse – med fokus på værket, kunstneren, forestillingen, udstillingen, osv. – står den ikke alene. For nogle af de redaktører, vi har interviewet til brug for rapporten her, kan man ane en glidning fra tidligere, smalle forståelser af kultur til nye, bredere kategoriseringer af stofområdet eller dets bestanddele. Hos *Nordjyske*, for eksempel, hvor den konventionelle kulturredaktion blev nedlagt i 2020, har man i 2026

lanceret en ny redaktion, *Identitet*, som kan siges at abonnere på et bredere, regionalt kulturbegreb med fokus på nordjydernes fællesskab og “samlingspunkter” (som vi uddyber i Kapitel 3).

En del af udviklingen i opfattelsen af kultur handler om at udfordre klassiske idealer og hierarkier, hvor visse kulturgenerer førhen blev opfattet som mere lødige, og mere væsentlige journalistisk, end andre. En sådan hierarkisering og prioritering af “finkultur” udfordres i stigende grad, både i medierne og i samfundet generelt, hvor dét, der “tæller som” kultur, forskydes i takt med at mere sammensatte og populariserede forståelser af kultur vinder frem (Kristensen og Johansen forthc. 2026). For eksempel betragtes gaming, gastronomi og street art i dag som relevante kulturgenerer, i hvert fald i nogle medier, mens dækningen af scenekunst og klassisk musik er mere trængt i det samlede billede.

Kulturliv og kulturvaner

Dette projekt handler specifikt om kulturjournalistikken, ikke om selve kulturlivet. Alligevel er det nyttigt at skitsere tendenserne og forbruget af kultur i Danmark. Her taler vi altså om kultur i den smalle forstand, som (fx) litteratur, kunst og musik, som man kan “forbruge” eller på anden måde tage del i. De såkaldte kulturvaneundersøgelser, som først Kulturministeriet og siden Danmarks Statistik har foretaget med jævne mellemrum siden 1964, er et oplagt udgangspunkt. De bygger på interviews med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning, som svarer på spørgsmål om kultur-, fritids- og medieforbrug. Hen over årene har dele af undersøgelsesdesignet ændret sig (se Bentsen og Nørtoft 2025: 4), men det er alligevel muligt at udsondre en række tendenser og strømpile. De seneste tre store kulturvaneundersøgelser er fra 2004, 2012 og 2024.

I undersøgelsen fra 2012 var de overordnede tendenser, at danskerne (siden 2004) “læste mere skønlitteratur, lyttede mere til musik og gik mere på museum, mens næsten det samme antal så film i biografen, og færre lånte bøger på biblioteket og læste faglitteratur” (Køber m.fl. 2022). Den seneste undersøgelse fra 2024 viser blandt andet,

- at *læsningen af skønlitteratur er på det højeste niveau i 30 år*, idet andelen af befolkningen, der læser skønlitteratur dagligt eller næsten dagligt, er steget fra 14% i 1993 til 23% i 2024
- at *færre kommer fysisk på biblioteket* i 2024 end i 1987, idet biblioteksbrugen indenfor denne årrække toppede i 2004
- at *flere går til koncert i dag end i 1987*, idet udviklingen her drives af rytmiske koncerter (som 33% har oplevet indenfor det seneste år, mod 22% i 1987), mens besøgene til klassiske koncerter har ligget stabilt omkring 15% over samme periode
- at det er blevet *mere udbredt at lytte til musik* – og primært via digitale formater – mens *færre synger eller spiller selv* end i 1987
- at *læsningen af trykte aviser er styrtdykket* (fra 87% i 1987 til 21% i 2024), men at dette ikke er et udtryk for et generelt faldende behov for nyheder, da 2024-tallene også viser,

at 77 pct. får adgang til nyheder gennem TV, pc, tablet eller smartphone, 46 pct. gennem radio

Kilder: *Nyt fra Danmarks Statistik*, 6. feb. 2025, “Læsningen af skønlitteratur på højeste niveau i 30 år”; *Nyt fra Danmarks Statistik*, 11. dec. 2024, “Faldende aldersforskelle i kulturvaner”; Bentsen og Nørtoft (2025) “Kulturvaner i 60 år”. For overblik over mønstre i de tidligere kulturvaneundersøgelser, se T. Bille m.fl. (2005) *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004*.

Andre undersøgelser fra Danmarks Statistik belyser udviklingen på museums-, biograf-, og scenekunst-området i Danmark. De viser blandt andet,

- at museerne over de seneste årtier har oplevet en markant stigende publikumssøgning. I 2025 blev de samlet besøgt 17,6 millioner gange, en stigning fra ca. 10 mio. gæster i 2004 og ca. 13 mio. i 2012
- at biograferne i perioden siden 2013 har oplevet et fald i billetsalget, fra omtrent 13 mio. i 2013 til 9,9 mio. i 2025, samtidig med at streaming af film og serier har vundet voldsomt frem
- at de statsstøttede teatre overordnet set har fastholdt deres publikumstiltrækning siden årtusindskiftet med et samlet årligt billetsalg på mellem 1,9 og 2,5 mio., senest 2,4 mio. solgte billetter i 2025

Kilder: *Nyt fra Danmarks Statistik*, 1. juni 2026, “Besøgende på museer stiger for tredje år i træk”; *Nyt fra Danmarks Statistik*, 16. maj 2025, “Fortsat flere museumsbesøg i 2024”; *Kultur 2023*, Danmarks Statistik; *Statistisk tiårsoversigt 2024*, Danmarks Statistik; “Tilskuere på statsstøttede teatre efter tid”, Statistikbanken, Danmarks Statistik (<https://statistikbanken.dk/TEAT3>); “Biografer og Film”, Danmarks Statistik (<https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/kultur-og-fritid/film-og-teater/biografer-og-film>).

Tilsammen tegner kulturundersøgelserne et billede af et frodigt kulturliv i Danmark, hvor en del genrer er i vækst – for eksempel litteraturen og museumssektoren – mens andre ser ud til enten at fastholde eller næsten fastholde deres tiltrækningskraft, selv i en tid med et stærkt forøget udbud af kulturtilbud, herunder fra online og digitale tjenester.

Ligesom kulturbegrebet i sig selv er danskernes “kulturvaner” – et ord med en let bedaget klang – en foranderlig og dynamisk størrelse. Den globale gaming-industri har for længst overhalet film- og tv-industrien målt på omsætning. Podcastmarkedet ekspanderer voldsomt. Gastronomi og wellness bliver selvstændige *drivere* i kampen om at tiltrække opmærksomhed og omsætning, uanset om vi forstår disse brancher som “kultur” i gængs forstand. De er en del af en global oplevelsesindustri, som er koblet til turismens markeds kræfter og den omsiggribende *nation branding* og *place branding*, hvor kultur og oplevelser i stigende grad er konkurrenceparametre (Pine & Gilmore 1999; Dicks 2004; Lash & Lury 2007). Ikke bare Danmark eller København markedsføres i dag som kulturelle destinationer og brands; det samme gør andre steder og byer, der alle søger at skille sig ud, fx gennem nye festivaler, lokale folke-, kultur-, mad- eller klima-møder, eller ved på

anden vis at arbejde med oplevelses- og event-gørelse, og med at engagere publikum ikke blot som tilskuere men også ofte som aktive deltagere.

Kulturjournalistikkens knibe

De optegnede tendenser viser et dansk kulturliv, der på flere områder er stabilt eller i vækst, med stigende kurver for blandt andet læsning, koncerter og museumsbesøg, men også med visse fald, for eksempel i antallet af biografgængere.

Man kunne forvente, at interessen for kultur også ville skabe et godt grundlag for kulturjournalistikken. Udviklingen i de danske medier peger imidlertid i en anden retning. For på trods af et fortsat aktivt kulturliv er kulturjournalistikken mange steder blevet reduceret over de seneste 15-20 år. Kulturredaktioner er hos mange medier blevet beskåret, nedlagt eller sammenlagt på tværs af journalistiske genrer som konsekvens af kontinuerlige nedskæringer og nedlæggelse af journalistiske arbejdspladser.

At medierne har foretaget en nedprioritering af kulturstoffet kan forekomme paradoksalt i lyset af danskernes betydelige forbrug af kultur. For at forstå dette tilsyneladende paradoks må kulturjournalistikkens udvikling ses i lyset af de gennemgribende forandringer i medielandskabet.

For det er ikke kun kulturjournalistikken, der er blevet ramt af nedskæringer. Generelt har dagbladene de seneste 10-15 år været ramt af en stærkt negativ udvikling med omfattende nedskæringer af den redaktionelle bemanning, hvilket selvsagt har medført en markant nedgang generelt i den publicistiske produktion på tværs af alle journalistiske genrer. I det følgende gennemgås udviklingen i mediernes strukturelle forhold, herunder den redaktionelle bemanning, og vi ser på prioriteringen af kulturjournalistikken på udvalgte dagblade.

Konkurrencesituationen

Forandringerne i medielandskabet skyldes især, at digitaliseringen og nye distributionsformer har ændret på både konkurrencevilkår og mediernes rolle.

Mest centralt er sammenbruddet af dagbladenes forretningsmodel som følge af digitaliseringen, der har ændret de økonomiske vilkår for dagbladene. Faldende annonceindtægter, ændrede medievaner og opkomsten af sociale medier og algoritmer har eroderet fundamentet under den traditionelle avisøkonomi. Samtidig har internettet gjort det muligt for både borgere, kulturinstitutioner og nye nichemedier at publicere indhold direkte til publikum uden om de traditionelle medier (Gulyás & Hammer, 2013). Den absolut største del af de mange nye tilbud er gratis, hvilket udfordrer mediernes forretningsmodel, der er baseret på, at brugerne skal betale for indholdet.

Samlet har disse udviklinger betydet, at omfanget af *kulturformidling* er større end nogensinde. Kulturstof produceres i dag ikke kun af etablerede medier, men også af kulturinstitutioner selv, af enkeltpersoner og af digitale platforme.

Blandt de *vigtigste aktørtyper i det aktuelle kulturmedielandskab* finder vi:

- publicistiske nichemedier (fx Soundvenue, Ekko og Passive/Aggressive)
- kulturinstitutioners og kulturproducenters egne hjemmesider og nyhedsbreve (fx Musikhuset i Aarhus og kunstmuseet Louisiana)
- kulturinstitutioners, kunstneres og artisters egne profiler på sociale medier (Fx Gyldendal Stream, Hamletscenen, Lukas Graham)
- hyperlokale netmedier og lokale Facebook-grupper (fx KunMors, TjekFredensborg)
- bruger- og fangrupper på sociale medier
- kulturkalendere, guides og andre former for kultur- og forbrugerinformation
- kommercielle platforme, fonde og organisationer med egen kulturformidling (fx Madbillet, BilletLugen)

Tilsammen betyder fremvæksten af disse nye aktører, at den tilgængelige mængde af kulturstof og kulturformidling i dag er langt større end tidligere. Samtidig er de traditionelle mediers position som den naturlige indgang til information om kunst og kultur blevet svækket.

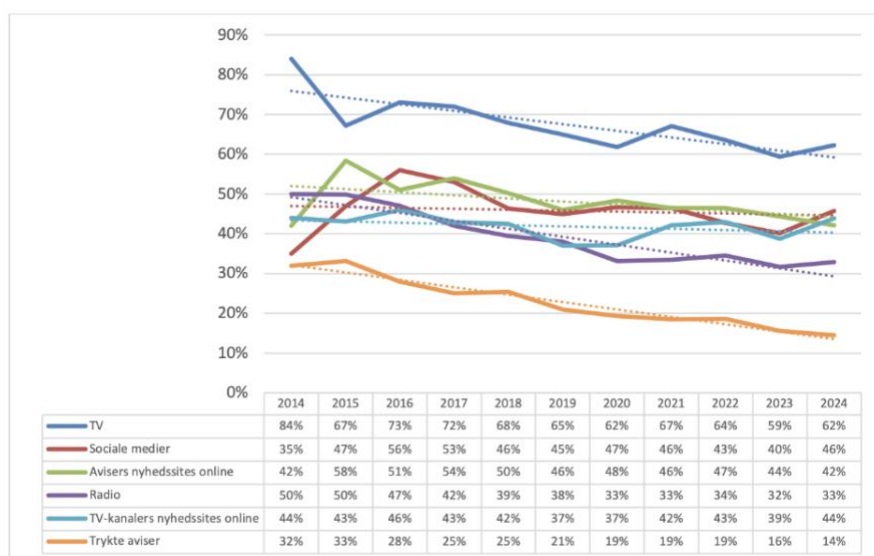
Disse ændringer har ført til det, der kan beskrives som et tab af relevans for de etablerede medier, fordi borgerne ikke længere er afhængige af at få informationen via mediernes monopol og i mange tilfælde heller ikke længere oplever, at medierne har en særlig autoritativ eller betydende stemme i kulturformidlingen frem for andre stemmer. I lyset af et sådant relevanstab har publikum i stigende grad fravalgt medierne, og ikke mindst dagbladene har oplevet et kraftigt fald i abonnementssalget.

I mere end 25 år har avisernes oplagstal – antallet af solgte eksemplarer af den udgivne avis – været konstant faldende. Oplagstallene er i de senere år ikke blevet offentliggjort, men effekten kan aflæses i forskellige undersøgelser fx læsertalsundersøgelser.

I figuren på næste side er et repræsentativt udsnit af borgere i Danmark blevet spurgt til, hvilke nyhedsmedietyper respondenterne har anvendt som kilde til nyheder i løbet af den seneste uge. Den viser, jævnfør kulturvaneundersøgelserne, at brugen af trykte aviser er mere end halveret på 10 år.

Mens omtrent hver tredje respondent i 2014 svarede, at personen havde anvendt den trykte avis som nyhedskilde, var tallet i 2024 nede på 14%, og tendensen er tydeligt faldende. En tilsyneladende oplagt forklaring kunne være, at borgerne i stedet for at benytte sig af bladhusenes trykte aviser var overgået til at anvende deres nyhedssites i tilsvarende større omfang. Det er imidlertid ikke tilfældet. Brugen af avisernes nyhedssites er gennem perioden uændret (42%), og der kan således ikke konstateres

nogen vækst, der så at sige skulle kompensere for faldet i læsningen af den trykte avis. Tilsvarende er også brugen af tv-stationernes nyhedssites uændrede i perioden.



Kilde: Schröder m.fl. (2024) *Danskernes brug af nyhedsmedier 2024*. Det stillede spørgsmål var: “Hvilke, om nogen, af følgende har du brugt som kilde til nyheder i den seneste uge?”

Skarpere journalistisk prioritering

Behovet for en hårdere prioritering af de stadig færre redaktionelle ressourcer rammer bredt. I takt med den stigende erkendelse af de små læsertal på store dele af blandt andet kulturjournalistikken kombineret med massive reduktioner i de journalistiske bemandinger rundt om på dagbladene – reduktioner, vi beskriver nærmere i Kapitel 2 – har der indfundet sig et behov for at foretage en hårdere prioritering af al journalistisk indholdsproduktion for at reducere ressourcespild ved produktion af historier, som det vurderes ikke bliver læst og forbrugt nok.

Tidligere – og inden man som følge af digitaliseringen fik indsigt i de faktiske læsertal – kunne ethvert egnsmuseum, amatørteaterforestilling eller en koncertoptræden af det lokale band lidt firkantet sagt forvente at få omtale i det lokale dagblad, alene af den grund, at det skete og var. I dag vurderes sådanne historier i langt højere grad ud fra gængse nyhedskriterier som aktualitet, relevans og væsentlighed. Det betyder, at kulturstof, der tidligere ville have fået omtale i avisen, i dag i højere grad fravælges i den daglige redaktionelle prioritering. I Kapitel 3 hører vi fra en række redaktører om disse prioriteringer og den måde, de adskiller sig fra tidligere tider.

Lovgrundlaget

Når mediernes vigende journalistiske behandling af kulturen skal beskrives, er det nødvendigt også at have blik for medielovgivningen. Blandt mange hersker der givetvis en opfattelse af, at danske mediers redaktionelle linje og dispositioner er fuldstændigt frie og uafhængige af statsmagten. Det er imidlertid ikke tilfældet, i hvert fald ikke for de nyhedsmedier, der modtager offentlig mediestøtte – hvilket stort set samtlige nyhedsmedier gør og er afhængige af. Støtten kommer med en række betingelser, hvoraf ét af dem er et krav om, at mediet skal formidle kultur.

Formålet med uddeling af mediestøtte er at sikre samfundets behov for et nyhedsudbud af et vist omfang og en mangfoldighed omfattende blandt andet “nyheder af kulturel karakter”, som det ses i oversigten her:

Formål med den nuværende mediestøtte

- At fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark.
 - At sikre fortsat produktion og udbredelse af publicistisk indhold af høj kvalitet i Danmark, og at indholdet spredes på flest mulige relevante platforme til flest mulige borgere.
 - At understøtte væsentlige funktioner i et demokratisk samfund ved at sikre informationsspredning og debatskabelse samt ved at støtte det frie ord.
-

Kilde: Forslag til lov om mediestøtte (L 20, fremsat 2. oktober 2013).

Lovens formål er, som det fremgår, at “fremme et alsidigt og mangfoldigt udbud af nyheder af samfundsmæssig og kulturel karakter med henblik på styrkelse af det danske demokrati og den demokratiske debat i Danmark”. Senere er loven udvidet fra kun at omfatte mere traditionelle nyhedsmedier til også at omfatte trykte og digitale publicistiske magasiner.

Kulturbetingelsen er blot en ud af en række af krav. For at kunne opnå støtte skal nyhedsmedierne blandt andet også henvende sig til en bred kreds af brugere, og det skal i sit redaktionelle stof primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer.

Der findes ingen helt målfaste mængdekrav til, hvor meget kulturstof nyhedsmediet skal producere for at opfylde lovens krav, men i forarbejderne til loven er kravet uddybet. Heri hedder det, at disse betingelser skal være opfyldt:

- mindst halvdelen af bladets indhold skal være redaktionelt stof i form af artikler m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof.
- mindst halvdelen af det redaktionelle stof skal behandle *politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer* [vores fremhævningsord], og mindst en tredjedel af det redaktionelle stof skal være selvstændigt journalistisk bearbejdet.
- Desuden skal mindst en sjettedel af nyhedsmediets samlede indhold være selvstændigt journalistisk bearbejdet.

Adgangskriterier for redaktionel produktionsstøtte til nyhedsmedier

Nyhedsmediet skal bl.a.:

- have et skrevet indhold, der udgør mindst en tredjedel af mediets samlede indhold,
 - være et selvstændigt medie med en ansvarshavende chefredaktør,
 - have minimum tre lønnede redaktionelle årsværk,
 - henvende sig til en bred kreds af brugere,
 - have et indhold, hvor mindst halvdelen er redaktionelt stof m.v. inden for et bredt emneområde og med behandling af aktuelt nyhedsstof,
 - i det redaktionelle stof primært behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer, og
 - have et indhold, hvor mindst en sjettedel af det samlede indhold er selvstændigt journalistisk bearbejdet,
 - udkomme minimum ti gange om året.
-

Kilde: Lov og bekendtgørelse om mediestøtte

I loven anlægges en bred definition af kultur, der også omfatter eksempelvis artikler om sport, musik, litteratur, teater, biblioteker og arkitektur. Disse temaer fortolkes bredt således, at også anmeldelser af faglitteratur, omtale af lokale kulturelle begivenheder m.v. vurderes som kulturelt stof. Artikler om kulturelle temaer beskrevet ud fra det pågældende medies særlige profil, fx en økonomisk eller teknisk vinkel, vurderes også at opfylde kravet. Listestof, som f.eks. sportsresultater, tv-programoversigter, tegneserier og satiretegninger, vil derimod ikke kunne opfylde kravet alene.

Mediestøtteudvalget anbefaler ophævelse af kravet om kulturstof

I oktober 2025 præsenterede daværende kulturminister Jakob Engel-Schmidt en række anbefalinger fra det mediestøtteudvalg, han havde nedsat godt et år tidligere. Én af udvalgets opgaver var at sikre, at mediestøtten i fremtiden bliver mere platform- og teknologineutral. Ifølge udvalgets rapport tager de nuværende indholdskrav, herunder kravet om kulturstof, udgangspunkt i en forældet forståelse af mediernes redaktionelle prioriteringer. I rapporten kalder udvalget betingelsen om, at mediet i det redaktionelle

stof skal behandle kulturelle temaer for “disproportionalt” (Mediestøtteudvalget 2025: 29).

Udvalget foreslår i sine anbefalinger at erstatte de specifikke indholdskrav, herunder kravet om kulturstof, med et nyt krav om, at mediet skal have publicistisk virksomhed som sit hovedformål efter en overordnet vurdering af, om “indholdet i al væsentlighed har til formål at oplyse, analysere og skabe grundlag for offentlig samtale om samfundsforhold” (ibid.: 59).

Hvis udvalgets anbefalinger følges og loven ændres, vil konsekvensen derfor være, at det hidtidige krav om, at halvdelen af det redaktionelle stof skal behandle politiske, samfundsrelaterede og kulturelle temaer, bortfalder. De eksakte konsekvenser af en sådan udvikling kan ikke forudsiges, men det er nok ikke urimeligt at forvente, at den samlede kulturdækning i medierne i så fald vil skrumpe yderligere.

Kapitel 2: Tal og tendenser

Som vi har beskrevet i Kapitel 1, befinder kulturjournalistikken i dag i en række strukturelle og kontekstuelle klemmer. Mange steder i det danske medielandskab er kulturredaktioner eller kulturjournalistiske beredskaber skrumpet, ikke mindst i de regionale medier. I dette afsnit tegner vi et overordnet billede af omfanget og karakteren af disse bevægelser, baseret på kvantitative undersøgelser foretaget af os selv og andre. Som nævnt i indledningen ligger vores fokus i denne rapport på de skrevne medier, eksemplificeret i vores egne undersøgelser af seks dagblade - tre landsdækkende *Jyllands-Posten* (herefter JP), *Politiken* og *Kristeligt Dagblad* (KD) samt tre regionale, *Nordjyske*, *JydskeVestkysten* (JV) og *Fyens Stiftstidende* (FS). Det ligger hinsides denne rapport at granske lyd- og billedmediernes kulturjournalistiske profiler og -udfordringer, men det er indlysende væsentligt at medtænke disse i det større billede.

Som led i arbejdet med dette projekt satte vi os for at kortlægge et udsnit af kulturstoffet i de seks dagblade. Målet har været at fremskaffe et kvantitativt belæg for en analyse, der sammenligner outputtet og sammensætningen af (dele af) kulturjournalistikken i disse aviser i én måned – april måned – i årene 2010, 2015, 2020 og 2025. Af ressourcehensyn indsnævrede vi vores afdækning til tre kulturjournalistiske områder, af hvilke to er relativt konventionelle – nemlig *museums*- og *teater*-området – samt ét område, som ligger på kanten af kultursektoren, nemlig *gastronomi*. En medvirkende faktor bag disse valg var, at vi på to andre væsentlige stofområder, nemlig *litteratur*- og *musik*-journalistikken, har adgang til andres kvantitative analyser, som vi også trækker på i det følgende. Vi benyttede medieovervågningstjenesten og artikeldatabasen *Retriever* til at fremsøge – ideelt set – alle artikler om museer, teatre og gastronomi publiceret i de seks aviser i de fire nævnte måneder: april i 2010, i 2015, 2020 og 2025.²

Af ressourcemæssige og undersøgelsestekniske årsager er denne kvantitative afdækning endnu ikke færdiggjort. Vi har etableret et omfangsrigt datasæt af artikler om de tre kulturområder i de nævnte medier. Det betyder, at vi for nu (blot) kan betragte *antallet* af artikler om de nævnte stofområder i de seks aviser. Til gengæld mangler vi at gennemføre

² Konkret udarbejdede og tilpassede vi tre lange søgestrengene i *Retriever*-systemet, understøttet af en informationsspecialist fra Det Kgl. Bibliotek. I strengene om museums- og teater-dækningen søgte vi efter artikler, der i sig rummede navnet på et eller flere danske museer hhv. teatre. Gastronomi-søgestrengen var vanskeligere at designe, men vi benyttede en database over artikler fra danske aviser siden 1916 til at identificere en lang række gastronomi-associerede ord og termer, som vi indbyggede i vores søgestreng. Ingen søgestrengene er imidlertid perfekte, og der kan både forekomme relevante artikler, som vores søgning har overset, og fremsøgte artikler, som faktisk ikke handler om de nævnte temaer og derfor efterfølgende må frasorteres. Vi kan imidlertid godt acceptere en vis fejlmargen, eftersom målet her ikke har været 100% præcision men derimod at kunne identificere overordnede udviklinger i dækningen af de tre områder over en periode på 15 år. Personlig kommunikation med staben bag *Retriever*-systemet har forsikret os om, at hvad angår materiale fra de dagblade, vi fokuserer på, er der intet, der tilsiger, at fejlmarginen i resultatlisterne skulle være større for et fremsøgt batteri af artikler fra 2010 end i et fra 2025.

en nærmere analyse af artiklernes karakter og indhold. Denne opgave henstår til fase to af *Kultur Explorer*-projektet i 2027.

Med disse *work-in-progress*-forbehold in mente opridser vi nedenfor nogle foreløbige, overordnede tendenser i de seks dagblades dækning af museerne, teatrene, og gastronomien i perioden 2010-25 baseret alene på *antallet* af artikler (print + web), som vores søgninger resulterede i. I denne foreløbige optegning har det ikke været muligt at skele til type eller længde af artikler, eller om man fx finder en stigende tendens til at opdele én længere historie i flere mindre artikler. Det har heller ikke været muligt at vurdere, hvor stor en del af den skrevne kulturjournalistik, der er erstattet af eksempelvis podcasts, levende billeder eller live-blogs.

Vigtig kontekst for kulturområderne

En meget væsentlig kontekstuel faktor for vurderingen af produktionen af artikler om de nævnte stofområder er, at alle seks medier i perioden 2010-25 har gennemgået generelle, i nogle tilfælde meget omfattende, nedskæringer. De personalemæssige omkostninger behandles i slutningen af dette kapitel. For det journalistiske output betyder dette, at der samlet set er udgivet markant færre artikler på tværs af aviserne i april 2025 end i april 2010 (altså alle udgivne artikler om alle emner). Disse reduktioner er gennemsnitligt på 38% men er ujævnt fordelt. Mens JV blot udgav 12% færre artikler i april 2025 end i april 2010, og KD 14%, er faldet hos Politiken 50% og hos JP 65%. Størst er faldet hos Nordjyske, som i april 2025 udgav 81% færre artikler end i april 2010. Tallene understreger, at mønstrene i det *kulturjournalistiske* output som beskrevet nedenfor må ses som led i større, drastiske forandringer i den *generelle* skrevne journalistik.

Museumsområdet

Politiken og *Kristeligt Dagblad*, der begge profilerer sig som markante, kulturjournalistiske flagskibe, opretholdt et relativt uændret omfang af artikler om museer i april 2025 sammenlignet med april 2010. Hos Politiken ses et fald på 10% og hos KD en stigning på 5%. Med de ovenstående generelle produktionsfald in mente er der reelt tale om en forøgelse af museumsindholdet på Politiken målt som andel af det samlede output (10% færre museumsartikler i et output, der overordnet set er skrumpet med 50%). Derimod ses et fald i museumsdækningen hos JP på 71%, hvilket omtrent svarer til den generelle reduktion i avisens output. Det samme gælder Nordjyske, hvor museumsartiklerne i april 2025 er 86% færre end i 2010, hvilket nogenlunde følger avisens voldsomme, generelle reduktion i output i perioden. Reelt er museumsstoffet så godt som forsvundet ud af både JP og Nordjyske, hvis april måned 2025 tages som indikator. På FS og JV ser vi til gengæld stadig en vis dækning af museerne, selvom der begge steder ses et fald i museumsstoffet, som er betydeligt større end avisernes generelle fald i output mellem de to april måneder.

i 2010 og 2025 (hos FS 41% mod et generelt fald på 19%; hos JV 60% mod et generelt fald på 12%).

Teaterområdet

På teaterjournalistikken skiller Politiken sig ud, idet avisen udgav hele 99% flere artikler om teaterområdet i april 2025 end i april 2010. Dette vel at mærke i en avis, der som nævnt ovenfor har halveret sit samlede output i samme periode, hvorfor fordoblingen af teaterstoffet faktisk er en firedobling betragtet som andel af den samlede mængde artikler. Vi kan ikke bedømme, om der ligger særlige forhold til grund for denne tilsyneladende outlier (fx en københavnsk teaterfestival i april 2025), men tallet står under alle omstændigheder i kontrast til faldene i teaterdækningen hos de øvrige fem medier fra april 2010 til april 2025: 33% færre artikler i FS, 34% i KD og 49% i JV - alle tre med stærkere fald i teater-artikler end i deres samlede output. Ligesom med museumsstoffet ser man hos JP og Nordjyske virkeligt stejle fald (JP 75%, Nordjyske 88%, igen i begge tilfælde stejlere end det generelle fald). Bortset fra Politikens tilsyneladende oprustning er teaterstoffet flere steder så begrænset i april 2025, at det ligner overordnede redaktionelle prioriteringer. Vi vender tilbage til input fra redaktører på de seks aviser i Kapitel 3.

Gastronomi

Vi ønskede at undersøge et stofområde uden samme "selvfølgelige" historik på kultursiderne i de danske aviser som teatrene, museerne, musikken, billedkunsten og litteraturen. Vi valgte at se på dækningen af gastronomi og vin ud fra en forventning om, at den stigende interesse for restauranter, madlavning, råvarer, lokalitet, mikrobryggerier osv. må have sat sig igennem i den skrevne journalistik. Imidlertid stødte vi på denne front på nogle søgetekniske udfordringer, som gør, at de foreløbige tendenser opridset her må tages med et ekstra forbehold, indtil vi får lejlighed til at gennemgå materialet grundigere i 2027. Indtil da må de anskues som strømpile snarere end nagelfaste konklusioner.

Vores foreløbige tal tyder imidlertid på, at gastronomi betragtes meget forskelligt på tværs af de seks aviser. For eksempel er KD's opmærksomhed på gastronomi så godt som ikkeeksisterende over hele perioden. KD dækker simpelthen ikke området – mens JP og Nordjyske efter et vist antal artikler i 2010 ser ud til siden at have skåret dækningen af gastronomien nærmest helt fra. I kontrast til dette står JV (+109%) og især FS (+219%), som lader til at have valgt en markant prioritering af dækningen af gastronomi og restaurantscenen. Hos Politiken ses en mindre stigning mellem april 2010 og april 2025 (+18%), som fremdeles må ses i lyset af avisens samlede halvering af udgivne artikler.

Andres undersøgelser: musik og litteratur-journalistikken

Mens vi altså er undervejs med egne tal for museums-, teater- og gastronomi-stoffet, har andre for nyligt foretaget omfattende kvantitative kortlægninger af hhv. musik- og litteraturjournalistikken. I dette afsnit trækker vi derfor dels på en rapport, *Er musikjournalistikken forsvundet?*, udarbejdet og udgivet af musiklivets brancheorganisation Art Music Denmark (Mortensen m.fl. 2025), og dels på en rapport under udgivelse, *Litteraturen i medierne*, rekvireret af Bogpanelet under Kulturministeriet og forfattet af forskere ved Københavns Universitet (Kristensen og Johansen forthc. 2026).

I Art Music Denmarks rapport fokuseres, ligesom hos os, på et udsnit af den skrevne presse. I den har man valgt *Berlingske*, *Information*, *Jyllands-Posten* og *Politiken*, hvis musikjournalistiske artikler man har optalt og kategoriseret for kalenderårene 2014, 2015, 2024 og 2025 for at undersøge udviklingen over disse ca. 10 år. I litteraturreporten er tidsspannet i undersøgelsen næsten det samme, nemlig perioden 2015-24. Her er datagrundlaget *Bogintra*, en database som siden 2010 har registreret boganmeldelser, og siden 2015 andre bognyheder, på tværs af medierne på daglig basis. Databasens vægt ligger på syv landsdækkende og to regionale aviser, men den rummer også registrering og overvågning af internetbaserede boganmeldelser og -omtale på websider, blogs, Instagramprofiler, mm. Litteraturreporten er derfor også i stand til at sammenligne bogstoffet i de skrevne medier med nettets jungle af bogblogs og andre litteraturorienterede sites.

Musikområdet

Den overordnede pointe i Art Music Denmarks rapport, som dens titel tilsiger, er at en stor del af musikjournalistikken er forsvundet siden 2014. Den finder, at der på tværs af de undersøgte dagblade er sket mere end en halvering (51%) af musikstoffet, og hos *Berlingske* og *JP* mere end 60% reduktion (Mortensen m.fl. 2026: 12). I modsætning til de øvrige har *Information* opretholdt et relativt stabilt – men i absolutte tal noget mindre end de øvrige – musikjournalistisk output over perioden (ibid.: 7).

Desuden opgør rapporten hvilke *typer* af musikjournalistiske artikler, der især er offer for nedgangen. Her ser man blandt andet, at den konventionelle anmeldelse af indspillet musik er gået 60% tilbage, mens anmeldelser af livemusik er faldet med 41%. Endelig udsender rapporten også udviklingen på dækningen af forskellige musikgenrer: her er dækningen af “ny musik, lydkunst, klassisk og beslægtede genrer” og “jazz og beslægtede genrer” faldet mest, hhv. 62% og 59%, mens dækningen af “Rock, pop, hiphop, elektronisk musik og beslægtede genrer” og “Roots, folkemusik og beslægtede genrer” er faldet mindst, hhv. 37% og 39% (ibid.: 10) i løbet af de ti år.

Rapporten nævner til sidst den pointe, som vi ovenfor fremhævede som en væsentlige kontekstuel faktor, nemlig at man også må betragte nedgangen i det *samlede*

journalistiske output og ikke alene se på musikjournalistikken isoleret. I rapporten estimerer forfatterne, at den samlede reduktion i journalistisk output i de udvalgte, skrevne medier perioden er på 33% (i vores egne søgninger på perioden 2010-25 fandt vi et lidt større fald, nemlig 38%, hvilket kan skyldes, at vi går fire år længere tilbage end musikrapporten og dermed til en tid, hvor det samlede output var højere). Selvom musikjournalistikens fald altså er stejlere – den er som nævnt omtrent halveret, ifølge rapporten – tilføjer denne indramning i de skrevne mediers *generelle* krise et vigtigt og nødvendigt perspektiv.

Litteraturområdet

Rapporten *Litteraturen i medierne* rammesætter litteraturstoffet som en del af kulturjournalistikken og fremhæver, at i kontrast til fx scenekunst og billedkunst er litteraturen fortsat “en prioritet i det kulturelle nyhedsmix i mange lande”, herunder Danmark. Den betoner også, som vi også har gjort, at bogmarkedet og forlagsbranchen står stærkt i Danmark, og at danskernes generelle hang til læsning er stigende. Dette til trods tegner rapporten et billede af et generelt fald i de skrevne mediers litteraturstof - på linje med det samlede fald i den publicistiske produktion.

Den klassiske boganmeldelse tildeles stor opmærksomhed i rapporten, da den stadig udgør næsten halvdelen af den samlede litteraturjournalistik på tværs af de 13 medier, som rapporten analyserer.³ Anmeldelser er endvidere den altdominerende artikeltype på bogblogs og onlinemedier.⁴ Rapporten viser, at det samlede antal boganmeldelser i de 13 medier er halveret fra 2018 til 2024, mens antallet af øvrige litteraturnyheder er faldet mindre. Endvidere dokumenterer rapporten, at der 2015-24 blev publiceret markant flere anmeldelser på bogblogs og onlinemedier (ca. 5.700 årligt) end i 2016-24 i Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten, Information, Kristeligt Dagblad, Børsen og Weekendavisen tilsammen (ca. 2.600 årligt). Rapportens forfattere understreger, at disse tal ikke er direkte sammenlignelige, men slår ikke desto mindre fast, at “bogblogs og onlinemedier har en betydelig samlet tilstedeværelse i det danske medielandskab på anmeldelsesområdet”.

Litteraturen i medierne rummer en lang række detailanalyser, herunder grundige kvalitative gennemgange af de 20 mest omtale og anmeldte bøger over perioden. I

³ De tretten medier i rapporten er *Politiken*, *Berlingske*, *Jyllands-Posten*, *Ekstra Bladet*, *B.T.*, *Børsen*, *Information*, *Kristeligt Dagblad*, *Weekendavisen*, *Nordjyske Stiftstidende*, *Fyens Stiftstidende*, *Alt for Damerne* og *Femina*.

⁴ Bogintra skelner mellem bogblogs (typisk drevet af én person) og onlinemedier (som bl.a. omfatter publicistiske medier som *dr.dk* og *POV International*), men rapportens forfattere gør opmærksom på, at grænsen mellem de to kategorier synes flydende.

relation til det kvantitative perspektiv, vi har anlagt i dette kapitel, er rapportens væsentligste øvrige pointer,

- at litteraturstoffet står klart stærkest i de landsdækkende medier, hvor særligt Politiken og Weekendavisen er dominerende
- at Politiken over perioden alene stod for knap en fjerdedel af den litteraturomtale, som ikke var anmeldelser
- at de enkelte medier har markant forskellige profiler, hvor Weekendavisen fx har flere anmeldelser end øvrige litteraturartikler, mens Alt for Damerne nærmest kun publicerer omtaler
- at på trods af, at blogosfæren er foranderlig, så har enkelte blogs formået at overleve og publiceret flere tusinde boganmeldelser over perioden (de største er *bogblogger.dk*, *bogrummet.dk* og *litteratursiden.dk*)
- at det primært er skønlitteratur, der anmeldes, især romaner og krimier
- at anmeldelserne på bogblogs typisk er lidt mere positive end i de publicistiske medier (selvom de også her oftere er positive end negative)
- at der "trods et mere mangfoldigt mediebillende samlet set" dækkes færre bogudgivelser end tidligere, hvorfor det overordnet er "blevet vanskeligere at opnå synlighed for den litteratur, der udgives i Danmark"
- at forfatterne ser en antydning af, at "bogbloggernes og onlinemediernes storhedstid for litteraturanmeldelser er på retur" i forhold til slutningen af 2010'erne.

Nedgang i mediernes redaktionelle bemandinger

Det er centralt for den samlede forståelse af den negative udvikling i kulturjournalistikken at se på udviklingen i nyhedsmediernes redaktionelle kapaciteter og det forhold, at disse er drastisk beskåret de seneste ca. 15 år. For at kunne kaste lys på dette har vi indsamlet tal fra Danmarks Journalistforbund (DJ) og fra en række af de nyhedsmedier, der har gennemført store afskedigelsesrunder i de senere år.

Trods forskelle hos de enkelte medier, er det overordnede billede, at antallet af journalister (medlemmer af DJ) er faldet markant på få år. Danmarks Journalistforbund (DJ) oplyser, at antallet af journalister ansat på dagbladene faldt fra 1790 i 2015 til 1483 i 2020 og videre i årene derefter 1203 journalister i 2025. Der er således sket en reduktion på 587 journalister på de danske dagblade på ti år, svarende til hver tredje journaliststilling. Nogle steder er antallet af redaktionelle medarbejdere mere end halveret. Faldet i antallet af journalister har ført til, at den publicistiske produktion på tværs af alle journalistiske genrer tilsvarende er i tilbagegang, og de redaktionelle ledelser har set sig tvunget til at praktisere stadig strammere journalistiske prioriteringer både generelt og på kulturområdet specifikt.

Vi har igen valgt at fokusere opmærksomheden på de tre regionale *Fyens Stiftstidende*, *Nordjyske* og *JydskeVestkysten* og de tre nationale *Politiken*, *Jyllands-Posten* og *Kristeligt Dagblad*. De redaktionelle nedskæringer er sket på tværs af stort set samtlige dagblade,

og hos de fleste er det også gået ud over kulturredaktionerne, med Politiken og KD som undtagelser. Sidstnævnte har i hele perioden ikke skåret ned på hverken redaktionen som helhed eller på kulturredaktionen. På Politiken er kulturredaktionen nominelt nogenlunde uændret på trods af, at redaktionen samlet set er reduceret med 27 pct.

I det følgende gennemgås udviklingen i de redaktionelle bemandinger hos de seks medier baseret på oplysninger fra tillidsrepræsentanter og tal fra de redaktionelle medarbejderforeninger. Tallene omfatter alene medlemmer af DJ, mens reduktioner og afskedigelser af redaktionschefer, redaktører og andre ikke-medlemmer af DJ ikke indgår i nedenstående.

Nordjyske

I 2011 bestod Nordjyskes redaktion af 215 fastansatte journalister, herunder 15 fotografer. I de følgende otte år faldt tallet med 65 til 150 fastansatte inklusive fotografer, og siden 2019 er yderligere 115 redaktionelle medarbejdere blevet opsagt, mens fem-seks journalister selv har sagt op. I dag består Nordjyskes redaktion af 42 fastansatte redaktionelle medarbejdere og syv praktikanter. Der er ingen fotografer mere. De sidste fem blev opsagt i juni 2025. Kulturredaktionen blev nedlagt i 2020 som selvstændig redaktion. På tidspunktet for lukningen bestod den af fire fastansatte journalister samt et anmelderkorps med både eksterne og interne anmeldere. De interne var til daglig tilknyttet andre redaktioner. Det eksterne anmelderkorps bestod af otte-ni anmeldere, som bidrog med anmeldelser af kunst, bøger, klassisk musik, film/tv, rytmisk musik og rytmiske udgivelser. Ved nedlæggelsen af kulturredaktionen i 2020 blev det besluttet, at kulturstof ikke længere skulle være et fokusområde på nordjyske.dk. Begrundelsen var, at kulturstoffet ikke trak nogen trafik på sitet, og det blev konkluderet, at Nordjyskes læsere på nettet ikke interesserede sig for kultur. Kulturdækningen blev varetaget af en enkelt journalist og primært på et politisk plan. I 2026 er der fortsat kun en enkelt fastansat journalist med kultur som sit stofområde, stadig med fokus på kulturpolitik. Strukturen er i 2026 gentænkt, og man har skabt en ny redaktion, "Identitet" som indoptager dele af kulturområdet. Til det trykte kulturstof er der nu (foråret 2026) fem faste leverandører/anmeldere af kulturstof, som behandler nye og gerne nordjyske bøger, teateranmeldelser, forfatter- eller kunstnerinterviews, kunstanmeldelser og musikanmeldelser – både klassiske og rytmiske. Derudover bliver der også til en vis grad produceret artikler på basis af pressemeddelelser om kulturarrangementer.

Fyens Stiftstidende

På FS var der i 2010 omkring 160 redaktionelle medarbejdere inkl. praktikanter. I dag er der omkring 65; en nedgang på 95 medarbejdere svarende til cirka 60%. For år tilbage var FS en avis med fokus på kultur og med særskilt kulturtillæg hver uge. Kulturredaktionen bestod af fem-syv fastansatte journalister samt nogle freelancebaserede film- og boganmeldere. Kulturredaktionen lukkede ned hen over andet halvår 2023, og det blev

besluttet at lade kulturstoffet indgå som en del af de lokale redaktioners dækning af deres områder. Med den beslutning blev kulturstoffet i stigende grad fraværende i FS' medier, da kulturartiklerne sjældent havde ret megen gennemslagskraft på nettet målt på klik og læsertal. Foromtaler laves slet ikke mere. FS har i dag ingen journalister med kultur som primært stofområde. En journalist, som tidligere var ansat på kulturredaktionen, skriver syv-otte anmeldelser af teater og revy om året, og en anden, der dækker rytmiske koncerter, skriver tilsvarende syv-otte anmeldelser årligt. Klassisk musik dækkes ikke længere.

JydskeVestkysten

I 2011 var der cirka 130 journalister og fotografer på JV fordelt på 14 forskellige redaktioner. I dag er der 83 redaktionelle DJ-medarbejdere fordelt på 10 redaktioner. Det svarer til et fald i antallet af redaktionelle medarbejdere på 36 pct. Organisatorisk er der gennemført ændringer, der har medført, at de fagspecifikke redaktioner er forsvundet drypvis. Først erhvervsredaktionen i 2011, mens kulturredaktionen med to journalister forsvandt omkring 2016. I 2025 blev sportsredaktionen så nedlagt som selvstændig redaktion, og stoffet og kollegerne flyttet ud på lokalredaktionerne. Samfundsredaktionen blev nedlagt tilbage i 2015, men genopstod for et par år siden. Den dækker i dag regionalt stof. Kulturstoffet blev nedprioriteret for flere år siden, fordi data viste, at stoffet blev meget lidt læst. Der skrives stadig om kultur, og især om store, populære begivenheder som festivaler, ude på JVs lokale redaktioner, men med andre relevanshensyn end tidligere. Pressemeddelelser om kultur kommer ikke langt, men til gengæld kan foreninger og lignende selv skrive arrangementer mv. ind i en kalender, som JV faciliterer.

Jyllands-Posten

På JP var der 157 fastansatte på redaktionen i 2010. Efter den seneste fyringsrunde er der i dag under 70 ansatte. Dermed har JPs redaktion på omtrent 15 år mistet 87 journalister, svarende til et fald på 55%. Kulturredaktionen blev de facto nedlagt i efteråret 2023 i forbindelse med en samling af redaktionerne Sport, Indland og Kultur i én redaktion. På tidspunktet for sammenlægningen var der syv-otte fastansatte på kulturredaktionen. I dag er der to fastansatte journalister til kulturdækningen. Herudover produceres der også kulturjournalistik af andre journalister på samfundsredaktionen som led i en bredere samfundsdekning. Samtidig bringer JP freelance-producerede anmeldelser af bøger, teater og film. Dette er uændret i forhold til tidligere, og omfanget er ikke udvidet i takt med, at kulturredaktionen blev minimeret for dernæst helt at forsvinde i 2023. Siden sammenlægningen har JPs kulturdækning bestået af løbende nedslagspunkter, hvor man har udvalgt dækning af prioriterede begivenheder. Nedlæggelsen af kulturredaktionen i 2023 kom, efter at redaktionen var blevet flyttet til Aarhus i 2018. Flytningen medførte i sig selv færre kulturjournalister, fordi langt fra alle flyttede med – og der blev ikke ansat nye.

Kristeligt Dagblad

I det generelle billede, der er præget af markante redaktionelle nedbemandinger, skiller KD sig ud ved over tid at have haft en ret stabil redaktionel bemanning. Avisens tillidsrepræsentant oplyser, at KDs bemanning i en længere årrække har ligget på omkring 45 redaktionelle medarbejdere. Kulturstoffet står centralt for avisen, som fortsat har en selvstændig kulturredaktion. Den består af fire kulturjournalister, en souschef, en redaktør og en praktikant, hvilket også har været uændret eller stigende over en årrække.

Politiken

Tallene fra Politiken viser samme markante nedadgående tendens som hos de fleste andre dagblade for så vidt angår størrelsen på avisens redaktion. Fra 2012 til 2025 faldt det samlede antal redaktionelle medarbejdere på Politikens redaktion (DJ-ansatte) fra 186 til 135 – et fald på 51 journalister over 13 år svarende til 27%. Avisen, der har kultur som redaktionelt fokusområde, skiller sig imidlertid ud fra de fleste øvrige dagblade ved, at kulturområdet stort set er gået helt fri i forhold til den generelle nedbemanding. I 2025 var der således omkring 34 redaktionelle medarbejdere tilknyttet Politikens kulturområde, hvilket i runde tal er uændret siden årtusindskiftet. Især har antallet af kulturskrivende medarbejdere været ret konstant, mens der i 2016 blev skåret i redigeringen, hvor bemanningen er blevet halveret på 10 år fra ti til fem. Det stabile antal redaktionelle kulturmedarbejdere har medført, at kulturens andel af den samlede redaktion har været stigende. Indtil for ti år siden udgjorde de redaktionelle medarbejdere på kulturredaktionen omkring hver femte af den samlede redaktion. I dag er det hver fjerde, og i enkelte år har andelen tilmed været lidt højere. Tallene omfatter fastansatte og tidsbegrænset ansatte. Desuden bruger Politiken en gruppe relativt faste freelancere på ca. 15 bidragydere, der leverer på jævnlig basis foruden de mere løse, der leverer mere sporadisk.

Kapitel 3: Redaktionelle responser

I dette kapitel retter vi blikket mod de redaktionelle forklaringer og prioriteringer, der ligger bag udviklingen og tendenserne, vi har beskrevet i det foregående. For at forstå, hvordan ændringerne bliver håndteret på de danske avisredaktioner, inddrager vi indsigter fra kvalitative interviews med redaktører fra de samme seks landsdækkende og regionale medier, vi også zoomede ind på i sidste kapitel. Vi har søgt at få kulturredaktører eller andre redaktører med ansvar for kulturjournalistikken på aviserne i tale. Vores interviewpersoner er:

- Mette Davidsen-Nielsen, fungerende kulturredaktør, Politiken
- Johannes Henriksen, kulturredaktør og redaktionschef, KD
- Martin Johansen, indlandsredaktør med ansvar for kulturdækning, JP
- Kathrine L. Jeppesen, redaktør for sektionen *Identitet*, Nordjyske
- Poul L. Kjærgaard, chefredaktør, FS
- Mette Cramon, chefredaktør, JV

Som allerede beskrevet er der sket markante nedskæringer på tværs af stort set samtlige dagblade over de seneste 10-15 år, dog med Politiken og KD som undtagelserne blandt vores udvalgte medier. Disse forskelle rejser spørgsmålet om, hvordan de enkelte medier har valgt at håndtere de forandringer og udfordringer, kulturjournalistikken og branchen som helhed har stået over for i samme periode. På den vis giver interviewene indblik i, hvordan kulturjournalistik prioriteres, forstås og organiseres på tværs af landsdækkende og regionale medier, og hvordan de valg formes af forskellige redaktionelle og strukturelle vilkår. I kapitlet ser vi først på redaktionelle responser fra de tre landsdækkende aviser, derefter fra de tre regionale. Selvom en række bekymringer og overvejelser er bredt genkendelige på tværs af alle de seks, er der også markante forskelle i vilkår og målgrupper, som gør en sådan opdeling meningsfuld her.

Landsdækkende responser: kulturelle flagskibe og stærke selvbilleder

På tværs af Politiken, Kristeligt Dagblad og Jyllands-Posten tegner der sig et billede af en kulturjournalistik i forandring, men – trods nedskæringer – ikke af et stofområde, som redaktørerne selv opfatter som mindre journalistisk væsentligt end tidligere. Tværtimod fremstilles kulturstoffet som tæt forbundet med avisernes identitet og relationer til læserne. Samtidig beskriver de tre redaktører dog også et område præget af skarpere prioriteringer, omlægninger og ændrede krav til blandt andet tempo og læserinteresse.

Kulturens rolle og placering i de tre aviser

Martin Johansen beskriver, hvordan kulturredaktionen på JP blev sammenlagt med andre redaktionelle områder som led i generelle besparelser og en omorganisering på avisen, som vi også beskrev i Kapitel 2. I interviewet understreger han, at udviklingen ikke er unik for kulturområdet, men kan ses på tværs af redaktionerne på JP. Den sløjfede kulturredaktion har dog ført til, at avisen har ændret profil rent kulturjournalistisk: *“Jeg tror måske, det er fair at sige, at der har været en bredere kulturdekning tidligere. Tidligere ville smallere kunstformer fylde mere. Scenekunst og teater har nok fyldt mere, end det gør nu.”*

Johansen beskriver desuden den strategiske omlægning, hvor kulturredaktionen i 2018 blev flyttet fra København til Aarhus. Flytningen blev ifølge Johansen blandt andet begrundet med et ønske om at gøre op med en opfattelse af kulturjournalistikken som for københavnsk og elitær og i stedet orientere stoffet mod bredere kulturelle fænomener og læsergrupper. Om flytningen af kulturredaktionen forklarer han, at *“det var der et statement i.”* Han uddyber:

“Det var noget, man satte en ære i. At man ikke nødvendigvis skulle være en del af det elitære kunst- og kulturmiljø. Man skulle tænke det bredere. Og med et andet udgangspunkt end det her ekkokammer i København.”

Ved Politiken er der også sket ændringer inden for kulturjournalistikken, i hvert fald hvis man kigger på antallet af artikler, der udgives, siger Mette Davidsen-Nielsen: *“Hvis man kigger kvantitativt, kan det godt være, at kulturjournalistikken er faldet i forhold til, hvor mange artikler, der bliver bragt.”* Til gengæld er dette ifølge hende ikke kun en ændring, der er sket på kulturredaktionen – den spejles på avisens andre redaktioner også. Og den ændring ser hun ikke nødvendigvis som ærgerlig: *“Vi laver mange færre enheder over en kam på Politiken. År for år laver vi færre og færre enheder. Til gengæld har vi ikke færre og færre læsere. Så man skal lige skille skidt og snot for sig.”*

For Davidsen-Nielsen er udviklingen ikke et udtryk for nedprioritering, men for en bevidst redaktionel prioritering. Målet er ikke at producere flest mulige artikler, men at anvende ressourcerne på journalistik med større gennemslagskraft og relevans for læserne. Eksempelvis gengiver hun en bevægelse væk fra det, hun kalder traditionel “plakatsøjlejournalistik” eller omtaler af kulturbegivenheder. I stedet prioriterer Politiken i dag i højere grad undersøgende kulturjournalistik, større interviews og dagsordenssættende historier, siger hun:

“Vi har i højere grad prøvet at bruge kræfter på den undersøgende, kritiske kulturjournalistik. Vi har skåret ned for det, vi lidt har betragtet som pligtstoffet (...) Omtaler er meget sjældne. Så skal der i hvert fald være en eller anden historie i dem,” siger hun. Og det er et bevidst valg, også selvom brugerne ifølge Davidsen-Nielsen stadig har brug for at orientere sig om kulturarrangementerne.

“Det er jo ikke, fordi brugerne ikke har brug for foromtaler, men de finder dem bare nogen andre steder, fordi de følger for eksempel Det Kongelige Teater eller, hvad man nu kan forestille sig (...) Det er ikke vores opgave at lave markedsføring.”

Hos KD er der til gengæld ikke sket store ændringer inden for kulturjournalistikken. Avisen lægger ifølge Johannes Henriksen vægt på at fastholde en ambitiøs kulturdækning og et bredt kulturkritisk beredskab:

“Kulturredaktionen er en helt central redaktion for en avis, der forstår sig selv som en kultur- og eksistensavis (...) Vi har på ingen måde skruet ned. Redaktionen er større, end den tidligere har været målt på personer. Vi holder fast i en omfattende kulturkritik og på alle de traditionelle kulturelle områder, og vi bruger mange kræfter på at udvikle vores kulturjournalistik og kulturkritik.”

Anmeldelsen som en fortsat central genre

Som vi har skitseret i Kapitel 2, er den klassiske anmeldelse overordnet set i tilbagegang. Allerede 2017 publicerede dagbladet Information en større artikelserie under titlen “Et Danmark uden anmeldere”.⁵ Men selvom kulturjournalistikken ændrer karakter, viser vores interviews med redaktørerne for de tre landsdækkende medier, at anmeldelsen fortsat spiller en vigtig rolle i hvert fald disse steder. Blandt vores udvalgte gælder det særligt hos KD, hvor Henriksen beskriver anmeldelser som en central publicistisk opgave. Han peger på, at avisen bevidst har valgt at fastholde et omfattende anmelderkorps: *“Vi har jo teateranmeldere, der skriver otte gange om måneden, og folk der laver 40 boganmeldelser på et år.”* Han understreger, at avisen fortsat prioriterer det, han kalder et “ekstensivt kulturkritisk blik”, hvor læserne skal kunne regne med, at væsentlige bøger og udstillinger bliver anmeldt. Netop dette blik drager avisen ifølge Henriksen fordel af:

“Jeg tror, at vi efterhånden profiterer på, at læsere kan regne med, at vi kommer bredt rundt i vores kulturkritik, og at man kan læse om den slags ting hos Kristeligt Dagblad,” siger han.

Hos JP er der fortsat anmeldelser. For eksempel er musik og litteratur ifølge samfundsredaktør Johansen fortsat blevet prioriteret. Dette gælder til gengæld ikke for kunst- og teater-området. *“Vi har anmeldelser, men det er måske mere sporadisk, end det tidligere har været på eksempelvis scenekunst-området og når det gælder kunstudstillinger,”* siger han.

Hos Politiken prioriteres anmeldelser fortsat, men avisen føler sig ikke forpligtet til nødvendigvis at anmelde alle film, som får biografpremiere, som man tidligere har gjort, forklarer Davidsen-Nielsen:

⁵ Se <https://www.information.dk/serie/danmark-uden-anmeldere-0> (besøgt 5. juni 2026).

“Vi laver stadigvæk virkelig mange anmeldelser, men vi laver formodentlig færre enheder end for 10 eller 15 år siden. Men det har også noget at gøre med, at hvis du går tilbage tiden, så anmeldte man alle film, der havde premiere i danske biografer. Det gør vi ikke mere. Det har at gøre med en ekstrem eksplosion i volumen. Det gælder både på filmområdet og musikområdet, og derfor kan man sige, at det er et grundvilkår, at vi skal være mere kuraterende. Ellers bliver vores opgave registrerende, og det synes vi ikke, vores opgave er. Vi er jo ikke Det Kongelige Bibliotek eller sådan noget.”

Der er dog sket andre ændringer, når det gælder anmeldelser hos Politiken, nemlig hvad angår hastigheden. Davidsen-Nielsen fortæller, at Politiken prioriterer hurtige anmeldelser af større koncerter og kulturbegivenheder, fordi læserne forventer umiddelbar journalistisk respons. Tempo og digital aktualitet spiller dermed en større rolle end tidligere, hvor anmeldelser oftere kunne publiceres med længere tidshorisont.

“Vi kan se, at vi har enormt meget knald på med ting, der er livebegivenheder – musikanmeldelser, for eksempel. Der gør vi meget ud af at komme derud og være hurtige. Er du til koncert, så ligger Simon Lund eller Pernille eller Lucias anmeldelse der i løbet af natten eller næste morgen, for eksempel. Der er virkelig smæk på. Det vil folk gerne have.”

Kulturjournalistik som en del af (nogle) mediers identitet

På trods af nogle mediers besparelser og organisatoriske ændringer beskriver de landsdækkende redaktører kulturjournalistikken som uomgængelig for avisernes samlede profil, særligt på Politiken og KD. Her fremstilles kulturstoffet ikke blot som supplement til nyhedsdækningen, men som et område, hvorigennem aviserne kan markere identitet, værdier og særlige journalistiske kompetencer.

Johannes Henriksen fra KD knytter kulturjournalistikken tæt til den meget omtalte “åndelige oprustning” i tiden: *“Der er jo en dagsorden som åndelig oprustning, som alle medier selvfølgelig forholder sig til, men som ligger enormt godt til Kristeligt Dagblad. At se på kultur som noget, der spejler tidsånden. Som noget, der har en tyngde og alvor. Som noget, der også er med til at betone, hvad der er vigtigt for et samfund. Hvad der er vigtigt for et fællesskab.”*

Her aner man en vending mod det, vi i Kapitel 1 kaldte et bredt kulturbegreb, som handler om (nationale) livsformer, fællesskaber og værdier. Eller måske er det mere præcist at sige, at det er *relationen* mellem de smalle kulturudtryk (kunsten, filmene, litteraturen, osv.) og de bredere kulturelle fællesskaber og baglande, der opdyrkes eksplicit i denne kulturjournalistiske position.

En sådan udvikling, væk fra en snæver opfattelse af kultur primært som institutionel kunst og hen mod en bredere og mere hverdagsorienteret forståelse, er vel at mærke ikke altid knyttet til en national dagsorden eller en tematisering af det danske. Hos JP

forklarer Martin Johansen eksempelvis, at avisen fortsat prioriterer kulturstof, men i en bredere form end tidligere, og nævner historier om K-pop, sociale mediefænomener og trends som eksempler på kulturjournalistik, der handler om samtidens fænomener og har en anden samfundsrelevans end klassisk kunstkritik alene.

Johansen understreger mere overordnet, at JP fortsat ønsker at prioritere kulturjournalistikken og at brande sig på den, på trods af, at der ikke længere findes en selvstændig redaktion. Han nævner for eksempel JPs litteraturpris, der blev stiftet i 2022. *“Det er en af de største priser målt på, hvor mange penge der følger med. Så det er et område, som er blevet styrket hen over årene, og som fylder ret meget hos os.”*

Hos Politiken betegner Mette Davidsen-Nielsen kulturjournalistikken som “helt centralt” for avisen:

“Kulturen som stofområde står helt centralt på Politiken og har gjort det altid. Det har både at gøre med rødderne for Politiken, og så har det selvfølgelig også målgruppemæssige begrundelser, fordi vores både nuværende og potentielle læsere er utroligt kulturforbrugende. Så på en måde er det næsten en no-brainer for Politiken at prioritere kulturjournalistikken.”

Interviewene med repræsentanterne for de landsdækkende medier peger på den måde på en dobbeltbevægelse: På den ene side bliver kulturjournalistikken mere økonomisk presset. På den anden side fremstår kulturstoffet fortsat som kernestof for avisernes identitet, relation til læserne og publicistiske ambitioner.

Regionale responser: kultur på markedsvilkår

Hvis vores interviews med redaktørerne fra de tre landsdækkende aviser rummede selvbevidste og offensive tanker om kultur som kernestof, finder vi en anden virkelighed hos de tre regionale dagblade i vores undersøgelse. For redaktørerne på *Fyens Stiftstidende*, *Nordjyske* og *JydskeVestkysten* har den konventionelle kulturjournalistik anderledes hårde kår, og man har alle tre steder nedlagt sine tidligere kulturredaktioner på forskellige tidspunkter indenfor de seneste ti år. Det betyder ikke, at der slet ikke bedrives kulturjournalistik disse steder, men det betyder, at kulturjournalistikken i høj grad – ligesom alle andre stofområder – eksisterer på stærkt læsertalsovervågede og kommercielle vilkår.

Det er samtidig en virkelighed, hvor flertallet af de tre regionale mediers læsere ikke har samme profil eller kulturforbrug som eksempelvis Politikens eller KDs læsere. Den rolle, medierne spiller i læsernes liv, er ofte en anden. Chefredaktør Mette Cramon fra JV udtrykker det sådan, at den “kontrakt”, avisen har med sine læsere i Syd- og Sønderjylland, handler om, “hvad der er det væsentlige” for at de kan trives som “gode borgere” i deres lokalområde. Dette omfatter ifølge hende *“butikker, der åbner og lukker, store begivenheder, offentlig velfærd, politik, erhvervsliv, og så videre”*. Cramon forklarer,

at *“vi laver ikke journalistik for at tjene penge, men vi tjener penge for at lave journalistik”,* og at derfor er abonnenternes værdier og relevansvurderinger afgørende: *“Så det er klart, hvis vi bliver ved med at gå og lave noget journalistik om ballet (...) og der ikke er nogen, der gider læse om ballet, ja, så stopper vi med det igen, for så kan vi ikke betale journalisterne.”*

Cramon ser ikke nogen krise for kulturjournalistikken på JV, men hun udfordrer gængse måder at opfatte stofområdet på, som vi uddyber nedenfor. Hos FS og Nordjyske, hvis selvforståelser og historik er tættere knyttet til én regional storby – Odense og Aalborg – udtrykker redaktørerne derimod mere søgende positioner. Poul Kjærgaard og Kathrine Jeppesen beskriver deres medier som værende i forskellig grad af kulturjournalistisk krise og transformation. Kjærgaard skildrer det ligefrem sådan, at kulturdækningen er FS’ *“smertensbarn”,* fordi avisen ikke har formået *“at overføre publikums engagement fra teateret, koncertsalen eller kunstmuseerne til en læserinteresse, der berettiger til at opretholde en kulturdækning, som den vi kender fra ‘de gode gamle dage’.*” Vi ser nedenfor nærmere på de tre redaktørers og mediers ret forskellige overvejelser og strategier stillet overfor strukturelt sammenlignelige vilkår.

Kultur som et stofområde på linje med alle andre

For flere af redaktørerne, vi har talt med, er det en pointe, at kulturen – og kulturlivets aktører – ikke oppebærer en særstatus. Mette Cramon siger det sådan, da vi spørger hende til, om hun ser kultur som en vigtig faktor for en regions sammenhængskraft:

“Altså, jeg har det sådan: Hvad er vigtigt for mennesker i et område? Ja, det er vigtigt, man har et stærkt erhvervsliv, altså man har nogle arbejdspladser (...). Det er vigtigt, at man har en god byudvikling, at man ikke bliver affolket, fordi alle vil bo i København eller i Aarhus. (...) Det er vigtigt, at man har et godt uddannelsesliv, altså at man får uddannet nye generationer, og det er attraktive uddannelsessteder. Så det er jo en sum af rigtig mange ting. Det er vigtigt man har en god infrastruktur, så man kan komme fra A til B. Det er også vigtigt, at man har et godt kultur- og fritidsliv. (...) Altså at hvis man har lyst til at gå ud og more sig eller blive underholdt, så er der mulighed for det. Det er også en del af et menneskeligt behov. Så jeg ser det som en helt naturlig del af et samfund, men jeg ser det ikke som noget mere særligt end erhvervsudvikling.”

Andre understreger derimod stadig kulturens særlighed: Poul Kjærgaard kalder for eksempel kulturen for *“en vigtig medspiller i hele det her samfund, som vi kalder et demokrati, altså det er en del af sammenhængskraften i et demokrati”,* og han understreger, at han *“aldrig kommer til at være chefredaktør i et hus uden kultur.”* Men uanset hvordan vores interviewpersoner stiller sig i synet på kulturlivets vigtighed, er de enige om at kulturjournalistikken må opretholde en kritisk tilgang, der ikke lefler for det lokale kulturliv.

Det kan lyde som et helt banalt standpunkt. Ikke desto mindre hører vi flere varianter af det synspunkt, at tidligere tiders kulturdækning kunne blive for tandløs eller ligefrem medløbende, og at nogle kulturjournalister og anmeldere var for tætte med deres kilder og kulturinstitutionerne, så det kunne være svært at skelne rollerne. Kathrine Jeppesen fra Nordjyske fortæller, at avisens medarbejdere for få år siden stod meget tæt på Ordkraft-litteraturfestivalen i Aalborg, så avisens og kulturlivets interesser i visse tilfælde blev nærmest sammenfaldende.

De regionale redaktører beskriver også en tendens til det, der kan kaldes en forvænthed hos nogle af kulturlivets aktører, som har været vant til, at der var ressourcer til, at så godt som alle deres produktioner som en selvfølge blev anmeldt i avisen – men som i mange tilfælde i bund og grund bare gerne *“vil have noget omtale, så de kan sælge billetter; de vil gerne have nogle anmeldelser, sådan at de kan sætte nogle stjerner på plakaten”*, som Kjærgaard spidsformulerer det. Nogle fynske kulturaktører savner ifølge ham *“den gamle”* måde at skrive om og anmelde kultur på.

En sådan automatik, hvor snart sagt alt omtales og anmeldes, er der imidlertid ikke plads til i dagens mediebillede, hvor mediehusene generelt er skåret til benet og hvor læsertal og dashboards ubønhørligt afslører, hvilke historier, der *“performer”* og hvilke der falder igennem opmærksomhedsfiltrene hos læserne. Responsen fra medierne varierer, men det går igen at man i det nuværende scenarie bestræber sig på ikke at give kulturlivet særbehandling i forhold til andre brancher. Jeppesen forklarer, at man på Nordjyske *“prøver at tage elementer (...) fra den politiske journalistik eller graverjournalistikken og bringe det ind i kulturjournalistikken, så den også er kritisk i langt højere grad.”* Hvad en moderne, kritisk kulturjournalistik så mere præcist er, når den ikke er lig med den klassiske *kulturkritik* – kan der så være forskellige bud på.

Hvad kultur og kulturjournalistik også kan være

Under samtalerne med de regionale redaktører var det ofte som om, selve idéen om kultur som et særligt (relevant) samfunds- og stofområde fortonede sig. I hvert fald hvis kultur forstås snævert og konventionelt. Men man kan også sige det sådan, at begrebet kultur blev udfordret og forsøgt udvidet i disse interviews. For hvad skal vi overhovedet forstå ved kultur? Det spørgsmål optog blandt andre JV's Mette Cramon, som talte for et opgør med traditionelle opfattelser af (fin)kultur og (fin)kulturel journalistik. Som vi så ovenfor, henviste hun til sine læsere og deres hverdag og behov for oplysning og vejledning. Samtidig oplyste hun en række regionale populære kulturbegivenheder, herunder Grøn Koncert, Tønder Festival og Vorbasse Marked, som JV dækker intenst, fordi de samler tusinder af folk. JV gør meget ud af at guide læserne, praktisk og logistisk, ud fra et af avisens brugerformater, *“Giv mig en fordel”*. Cramon gav et eksempel fra avisens dækning af Tønder Festival:

“Hvis man for eksempel arbejder med ‘Giv mig en fordel’, så kan det jo være: Hvor er de bedste campingspots på campingpladsen? Hvor er det smartest at parkere? Hvordan sikrer du dig pladser inde på Bolero-scenen? Fordi der kan være kø og sådan noget.”

Hun fortsatte: *“For mig er dét også kulturjournalistik. Det er en kulturbegivenhed, og der har man måske klassisk, for mange år tilbage, haft den lidt mere elitære tilgang til det at være kulturjournalist. Det var sådan nogle, der var rigtig tæt på kulturlivet. Hvor i dag tilgår vi det lidt mere ud fra et brugerperspektiv og ikke så meget ude fra kulturlivets perspektiv. Så der er sket et skifte, kan man sige. Vi bruger fuldstændig lige så mange ressourcer på at dække Tønder Festival, men vi laver færre anmeldelser.”*

Dette eksplicit anti-elitære og brugsnære perspektiv ligger måske nok langt fra en traditionel kulturdækning. Men også de øvrige regionale redaktører talte på hver deres måde om at gentænke kulturstoffet gennem en form for normalisering i forhold til, hvordan man dækker andet stof. Kjærgaard fra FS talte om at gå nysgerrigt men også kritisk til kulturinstitutionernes indre liv, økonomi, og måder at fungere på som arbejdspladser – nogenlunde som lokale erhvervsvirksomheder i øvrigt dækkes – omend han medgav, at avisen indtil nu ikke er for alvor lykkedes med at få læserne med på det skifte. Han fremhævede også, at en sådan kritisk granskende tilgang må gå hånd i hånd med det, han kaldte en “lokalpatriotisk” ånd. Ligesom i FS’ dækning af byens fodboldflagskib OB, som ifølge ham dækkes kritisk men også passioneret, gjaldt det også på kulturområdet for Kjærgaard om at lave *“kærlig, kritisk og konstruktiv journalistik, fordi det er sådan, man behandler dem, som man holder af.”*

På Nordjyske lukkede man kulturredaktionen i 2020, hvor den nu forhenværende chefredaktør brat fravalgte kulturen nærmest fuldstændig ud fra en hård markedskalkule, fortæller Jeppesen. I foråret 2026 har man så med en ny chefredaktør i stolen gentænkt strukturen og konstrueret den nye *Identitet*-redaktion, som Jeppesen står i spidsen for, og som rummer dele af kulturen, men også natur og byudvikling (mere om den nedenfor). Ifølge hende forestår der dog et væsentligt tillidsarbejde for Nordjyske overfor det lokale kulturliv, som følte sig forladt og i nogle tilfælde nærmest forrådt af avisen i 2020. Her er opgaven nu på den ene side at forklare, at der ikke vil ske en tilbagerulning til tiden før 2020, hvor *“vi nok var blevet lidt for meget en del af [kultur-] miljøet, frem for en, der stod på sidelinjen og kiggede på eller betragtede det”*, men på den anden at overbevise kulturens aktører om, at avisen *“ligesom de aktører arbejder for et stærkere Nordjylland.”*

En søgen efter nye veje

På FS begræd chefredaktør Kjærgaard som sagt, at man ikke indtil nu er lykkedes med at finde et format, der kan flytte *“den begejstring og interesse fra det direkte møde med kunsten på scenen ind på fyens.dk”*. En af de nye veje, han var i færd med at afsøge, handler om at opsøge samarbejds- og finansieringsaftaler med fonde eller private eller offentlige partnere. Inspirationen kommer fra klimadækningen, som han beskrev for os

med klare paralleller til kulturjournalistikken: *“Vi har en klimaredaktion, fordi jeg har besluttet mig for, at klimadagsorden er så ultravigtig, at den vil vi bare køre løs med, selvom den ikke er [økonomisk] bæredygtig”*, sagde Kjærgaard.

Han uddybede, at når man spørger folk, hvad der er tidens vigtigste spørgsmål, svarer de klimaet og den grønne omstilling, men *“når vi skriver om de ting, når vi forsøger at lave journalistik, som ikke bare beskriver, at enden er nær”*, men også konstruktivt at beskrive muligheder for at læserne selv kan bidrage til den grønne omstilling, så kan FS *“ikke få læserne til at stemple ind i det”*. Derfor har Kjærgaard fundet støtte fra Odense Klimapartnerskab – et stort samarbejde mellem 60-70 virksomheder med Odense Kommune i spidsen – hvilket tillader avisen at friholde klimajournalistikken fra betalingsmuren og åbne det vigtige klimastof til brugerne. Kjærgaard understregede, at dette ikke løser hele problemet, hvis læserne fundamentalt set stadig ikke er interesserede i artiklerne, men han er ikke desto mindre i gang med at diskutere lignende muligheder for kulturjournalistikken med en række potentielle partnere.

På Nordjyske forsøger man som nævnt med en ny drejning mod “Identitet”, et stofområde, der samler elementer om kultur, natur, og byudvikling og søger at gøre dem nærværende på nye måder. Man har identificeret tre “superemner”, som Jeppesen kaldte dem, nemlig *omgivelser*, *samlingspunkter* og *selvforståelse*. Tanken er at opdyrke en klar regional relevans, hvor ikke mindst nordjydernes “samlingspunkter” – det kunne være store festivaler, Kulturmødet på Mors, eller Naturmødet i Hirtshals, men også fx sports- og fanfællesskaber – skal have vægt. Samtidig beskrives den redaktionelle kerneopgave i baggrundspapirerne som en bevægelse “fra begivenhed til betydning”, og det er disse dyberestikkende indsigter og baggrundshistorier, der skal kendetegne Identitets-stoffet.

Jeppesen, som selv har været med til at udsondre de nye fokusområder, forklarede, at det handler om at fokusere på regionale udviklinger, omgivelsernes ændringer, retninger, og værdikonflikter. Hun gav et par eksempler med udgangspunkt i superemnet *selvforståelse*:

“Der er mange, der siger, at Aalborg er en kulturby, men hvordan opleves det egentlig i praksis, og hvad indebærer det? Så vi prøver ligesom at både gå kritisk til de der fortællinger, vi har, finde ud af, hvem er det, der definerer dem. Når Thy bliver omtalt i New York Times som et sted, der er værd at besøge, hvem er det så, der har arbejdet i kulissen for at få det til at finde sted? Så vi ikke bare hopper med på den der jubeloptimistiske [vogn] (...) men prøver at spørge: Hvem har arbejdet i baggrunden for, at det kommer til at ske? Hvad er det for nogle kræfter, der er på spil, og hvilke konsekvenser har det også for det lokale?”

Det er for tidligt at vurdere Nordjyskes nye redaktionelle struktur og dens potentialer. Men forandringen – på et medie, der som vi så i sidste kapitel har oplevet en voldsom ressourcemæssig reduktion over de seneste 10-15 år – er et forsøg på at gå alternativt til

værks. Det er også et godt eksempel på, at tidligere tiders veldefinerede men ret snævre begreber om kultur og kulturjournalistik er under omkalfatring. I det omfang, Identitet-redaktionen på Nordjyske handler om kultur, gør den det i en bred, nærmest antropologisk eller etnologisk forstand, hvor det er den regionale sammenhængs- og livskraft, der tematiseres, og hvor nye kategorier skærer på tværs af velkendte stofområder og kobler dem sammen. Det er naturligvis ikke nyt at ændre formater eller redaktioner – ikke mindst Politiken har historisk dyrket det at udfordre og skubbe til forståelserne af, hvad der kan beskrives og vurderes gennem kulturelle linser (Kristensen 2010: 83) – men det nordjyske eksperiment med at koble kulturen og naturen under samme redaktion taler ind i tidens tendenser, også de akademiske, hvor kulturanalysen i stigende grad skærer netop på tværs af disse velkendte skillelinjer.

Sagt på en anden måde: Hvis nordjyder – og alle mulige andre – ikke opfatter deres hverdag som skarpt opdelt i “kulturelle” og “naturlige” sfærer, er det måske heller ikke nødvendigt for medierne at kategorisere verden på den måde længere. På en helt anderledes men alligevel beslægtet måde forsøger Nordjyske, ligesom JV, at tage udgangspunkt i sine kernelæseseres hverdag og deres behov for orientering, navigation og sammenhæng.

Det er hårde tider for de regionale medieaktører, der ikke nyder public service-støtte, og som forsøger at finde og tiltrampe forskellige kulturjournalistiske stier i en kommerciel og konkurrencepræget nutid. Her har vi gengivet og sammenholdt tre af disse regionale aktørers perspektiver, bud og tvivl. Responserne er ret forskellige, men deler alligevel tydelige træk med hinanden, der adskiller dem fra de landsdækkende dagblades vilkår. Tilsammen tegner kapitlets seks redaktørinterviews en stribe krydsende linjer og spørgsmål op, der kan danne grundlag for en kvalificeret videre diskussion af kulturjournalistikkens fremtid i Danmark.

Kapitel 4: Diskussion

Rapporten her udgør en midtvejsstatus på det *KulturExplorer*-projekt, vi har gennemført ved Constructive Institute i Aarhus i foråret 2026. Dets formål er at undersøge kulturjournalistikkens vilkår og udfordringer i Danmark i dag, og – i næste fase – at fremkomme med bud og anbefalinger om fremtidsmuligheder. Denne første fase har derfor primært været afdækkende og kortlæggende, mens projektets fase 2, som afvikles i 2027, i højere grad vil se på alternative tilgange til det kulturjournalistiske i ind- og udland gennem en mere løsningsorienteret modus – i tråd med de tanker om konstruktiv journalistik, som CI promoverer.⁶

Vi er gået til opgaven ved at tilvejebringe et materiale til videre analyse, både kvantitativt og kvalitativt, samt ved at trække på eksisterende viden, forskning og analyser om kulturjournalistik og kulturbrug. I Kapitel 1 lagde vi en base ved at se på danskernes kulturvaner og på den overordnede “knibe”, kulturjournalistikken befinder sig i med svigtende læsertal og buldrende konkurrence, ikke mindst fra digitale kulturformidlende sites og tjenester. I rapportens kvantitative del (Kapitel 2) skitserede vi det datasæt, vi har opbygget og er i færd med at udforske, over seks dagblades artikler om tre kulturområder – museer, teatre, og gastronomi – og deres udvikling 2010-25. Den nærmere analyse af disse data henstår til 2027, men vi har kunnet iagttage nogle overordnede mønstre og uddrage forsigtige, foreløbige pointer.

Udover vores egne data støttede vi os i Kapitel 2 op af to store, nylige rapporter om henholdsvis musik- og litteraturjournalistikken, som begge sporer markante, overordnede fald i dækningen (Mortensen m.fl. 2025; Kristensen og Johansen forthc. 2026). Til at understøtte og nuancere tallene og tendenserne har vi interviewet redaktører fra de samme seks udvalgte dagblade, der er forskelligt placeret og påvirket kulturjournalistisk (Kapitel 3).

Helt overordnet kan vi iagttage en klar nedgang – hos nogle medier en voldsom nedgang – i kulturjournalistisk output. Vi har dog samtidig lagt vægt på, at denne nedgang må forstås i lyset af den generelle nedbemanding i branchen og af, at også den generelle, samlede publicistiske produktion er væsentligt reduceret over de seneste årtier. Nedlæggelser af kulturredaktioner har været udbredt på tværs af medier, men de er led i en langt mere gennemgående bevægelse: sløjfninger og sammenlægninger af redaktioner i *det hele taget* er en del af de generelle og markante nedbemandinger i det danske medielandskab over de seneste ca. 15 år.

I denne afsluttende del af rapporten oplister vi et antal nye spørgsmål, der er vokset ud af vores første projektfase, og diskuterer kort deres relevans for den videre analyse.

⁶ See <https://constructiveinstitute.org/why/> (accessed 16 June 2026).

Har vi et paradoks, hvor kulturen trives men kulturjournalistikken lider?

Udgangspunktet for projektet her var en antagelse om, at man i Danmark kan iagttage et paradoks mellem et kulturliv, der trives, og en kulturjournalistik, der mistrives. Lidt forsimplet var spørgsmålet, hvorfor danskerne ikke gider læse om kulturen, når de godt gider selve kulturen.

Vores undersøgelser viser, at et sådant “paradoks” er rammende for dele af den verden, vi har undersøgt, men også at den netop er forsimplet som generisk diagnose.

Det er faktisk korrekt, at i hvert fald betydelige dele af det danske kulturliv nyder stor og bred popularitet: museerne har oplevet kraftige publikumsstigninger siden årtusindskiftet, bogbranchen og læselysten vokser, koncert- og festival-scenen står stærkt, for eksempel. Andre grene af kultursektoren boomer ikke helt på samme måde, men det er rimeligt at sige, at kulturlivet i Danmark er livskraftigt og populært.

Det er også rigtigt, at kulturjournalistikken – i hvert fald den skrevne – mange steder er presset, at kulturredaktioner lukker, og at appetitten på kulturstof er stærkt svingende. Dog ser vi samtidig, at visse landsdækkende medier *ikke* synes at lide kulturjournalistisk, men derimod sætter en ære i at fastholde en stærk kulturredaktionel bemanning, selv i nedskæringstider. Blandt “vores” seks medier skiller især Politiken og Kristeligt Dagblad sig ud på denne måde, men i det bredere billede kan også Information og Weekendavisen siges at tilhøre denne kategori.

Desuden er det vigtigt at bemærke, at vi her har afgrænset os til at adressere de skrevne medier, og at man med stor sandsynlighed ville se andre mønstre, hvis man inddrog lyd- og billedjournalistikken. Her tænker vi ikke kun på TV og radio i egen ret, men også på podcastmarkedet, som jo også de store bladhuse og mange andre aktører tapper ind i – men som her har ligget udenfor vores linse. Hvordan kulturjournalistik trives og bedrives i lyd- og billedjournalistikken, er et spørgsmål, som sagtens kunne kalde på en selvstændig analyse.

Overordnet set er pointen derfor, at “paradokset” kun er delvist dækkende for den generelle situation, og at de enkelte medier måske snarere synes at være stærkere segmenteret i dag sammenlignet med for 20 år siden, hvor alle havde en kulturredaktion: man betjener i dag markant forskellige målgrupper, og den skærpede konkurrence-situation gør, at den enkelte avis må skære til benet i jagten på netop sin eksakte profil. I dén proces er der ikke altid plads til kulturen, som vi især har set blandt de regionale medier i vores undersøgelse. Det fører til spørgsmålet:

Er kulturjournalistikens krise primært regional og lokal?

Som vi har påvist og diskuteret med de tre regionale redaktører, der optræder i rapporten, er vilkårene – og ofte også interessen – for kulturjournalistik markant anderledes i deres baglande end når det gælder de landsdækkende dagblade. Forventningerne fra

og “kontrakten” med læserne er en anden, som en af dem formulerede det. Det betyder ikke, at man ikke regionalt kan dække kultur, men det betyder, at den hele tiden må tænkes ind i lokale relevanskriterier og formater. Og det betyder, i hvert fald for det udsnit af redaktører, vi har talt med, at kulturjournalistikken i stigende grad må betragtes ligesom ethvert andet stofområde. At den selvfølgelig legitimitet, som “kultur” som stofområde tidligere er blevet betragtet med, ikke længere er givet. Og at man ser sig selv som del af et opgør med kulturjournalisten som en arketype, der ofte blev oplevet som lidt for tæt sammenviklet med det kulturliv, han/hun skulle dække.

Samtidig trives og dyrkes kulturjournalistikken som nævnt andre steder, og vel at mærke ikke af nostalgiske hensyn til en gammel genre. Som vi beskrev i Kapitel 3, er der for en avis som Politiken simpelthen tale om, at kultur udgør en central del af den vare, man sælger – og noget, som avisens kulturforbrugende publikum efterspørger.

Det er nok forenklet at hævde, at kulturjournalistikens krise kun er regional. Men i vores data er det i hvert fald slående, at de tre regionale mediers virkeligheder er markant anderledes end de landsdækkendes, og at kulturstoffet har anderledes klemte kår. Det gælder i hvert fald, hvis vi betragter kultur først og fremmest som noget, der findes og lever og fremvises i en bestemt sektor. Man kan dog også spørge:

Fra smallere til bredere forståelser af kultur i medierne?

Noget af det, der slår os i de måder, redaktørerne i vores undersøgelse begriber og betragter kultur, er, at begrebet synes at være under stadig omformning. Kultur har naturligvis aldrig været en stillestående størrelse, men det er nok ikke forkert at sige, at det som stofområde i medierne i mange år var omgærdet af en vis automatik og en traditionel tænkning, hvor “kultur” var lig med kultursektor: bøger, film, teater, musik, osv. Den tænkning er ikke væk – vi så for eksempel, hvordan visse redaktører talte varmt om anmeldelsen som fortsat relevant genre – men den ledsages i vores materiale af en stribe alternative, bredere læsninger af, hvad kultur også henviser til. Hverdagsliv, sammenhængskraft, identitet, samlingspunkter, åndelig oprustning, forbundethed: denne slags mere holistiske eller måske antropologiske forståelser af hvad kultur også kan være, og dermed også hvad kulturjournalistik også kan beskæftige sig med.

I den bevægelse ligger der også, i hvert fald hos nogen, et angreb på elitære og finkulturelle opfattelser: hvis kultur er det, der samler, og det lokale kræmmermarked eller fiskeauktionen på havnen faktisk samler, så er de også kultur. En kulturopfattelse, som kan siges at være *bottom-up* snarere end *top-down*, altså med vægt på det, der rører sig i et område og det, folk (herunder læsere) selv definerer som væsentligt.

Igen skal det understreges, at vi ikke påstår, at denne type bredere kulturforståelser aldrig før har fandtes. Men i den aktuelle verden, som også er præget af eksterne trusler og varierende grader af dystopisk tænkning, er det som om disse brede forståelser af kultur som det fælles, der samler eller definerer nogen (fx danskere,

fynboer, kvinder, europæere), bliver mere direkte og eksplicit italesat. Så på den måde kan man spore en bevægelse hen mod et mindre smalt kulturbegreb i medierne.

Dette peger samtidig på en mere overordnet bevægelse i journalistikken, hvor grænserne mellem kulturjournalistik og andre stofområder ser ud til at blive mindre tydelige. Hvor kulturjournalistikken i større grad handler ikke kun om anmeldelser eller dækning af kulturelle begivenheder, men også om de samfundsmæssige forhold, som kulturen er en del af.

Det ser vi for eksempel i nylige sager som afdækningen af #MeToo-strukturer i kultur- og filmbranchen, skandalen om Det Danske Filminstituts tagterrasse Filmtaget, eller kritikken af forholdene på Det Kongelige Teaters balletskole. Her bliver kultur ikke kun behandlet som kunst og oplevelse, men også som arbejdsplads, magtstruktur og samfundsinstitution. På den måde bevæger kulturjournalistikken sig fra en mere afgrænset genre til en bredere tilgang, hvor kultur også bliver en måde at undersøge og beskrive samfundet mere generelt. På den vis hænger spørgsmålet om smalhed versus bredde også sammen med endnu en central diskussion:

Hvad er den ideelle relation mellem kulturjournalisten og kulturlivets aktører?

Et gennemgående tema i vores redaktørinterviews er spørgsmålet om nærhed og distance mellem kulturjournalistik og kulturliv. Flere redaktører beskriver, at relationen tidligere kunne blive for tæt og "plakatsøjle"-agtig, og hvor kulturjournalister i visse tilfælde var nærmest indlejrede i de miljøer, de samtidig skulle dække.

På den baggrund peger vores interviews på et ideal om en mere balanceret relation. Det er hverken ønsket om en journalistik, der står udenfor og mangler indsigt, eller en journalistik, der bliver så tæt på miljøet, at den mister sit kritiske blik. I stedet tegner der sig en forståelse af kulturjournalistikken, hvor kulturinstitutioner i højere grad behandles på linje med andre samfundsaktører, og hvor kulturjournalisten samtidig fastholder en undersøgende og kritisk rolle.

Et skifte i den forbindelse handler om forholdet mellem adgang og relevans. Tidligere var kulturjournalistik i høj grad afhængig af adgang: til miljøer, personer, forestillinger og begivenheder, som var forudsætningen for overhovedet at kunne dække stoffet. I dag er adgang i mindre grad en knap ressource, fordi kulturlivet selv kommunikerer direkte til publikum via egne platforme, sociale medier og digitale kanaler.

Det betyder, at udfordringen for kulturjournalistikken i højere grad handler om relevans. Spørgsmålet er ikke længere kun, om journalisten kan få adgang til stoffet, men om den journalistiske bearbejdning opleves som meningsfuld i sig selv – altså om den tilfører perspektiv, kritik eller forklaring, som ikke allerede findes andre steder.

En offensiv oprustning, der sætter kulturjournalistikken i centrum?

Vores undersøgelse peger ikke entydigt på en samlet krise, men snarere på, at kulturjournalistikken udvikler sig i forskellige retninger. Nogle medier har reduceret området betydeligt, mens andre – særligt Politiken og Kristeligt Dagblad – har fastholdt eller endda prioriteret kultur som et strategisk kerneområde. Man kan sige, at i en verden med knaphed om opmærksomhed og abonnenter er det vigtigere end nogensinde at have en skarp profil og henvende sig til en veldefineret målgruppe. Det er alt andet lige en mindre vanskelig opgave for landsdækkende aviser som Politiken og KD, i og med at de har en større "pulje" af potentielle læsere at fiske i, hvorimod de regionale spillere er bundet af deres egne demografier. Dette er givetvis også en del af forklaringen på, hvorfor kulturen ser ud til at have det mindre hårdt på den nationale scene end i de regionale og lokale medier.

En offensiv oprustning af kulturjournalistikken kan derfor for langt de fleste medier næppe handle om at genoplive den klassiske kulturjournalistik, som en del af aktørerne i kulturlivet savner. Foromtaler, kalenderstof og bred dækning af stort set alle kulturelle begivenheder er i dag i høj grad flyttet til andre platforme. Hvis kulturjournalistikken skal styrkes, handler det snarere om at finde de områder, hvor journalistikken fortsat kan tilføre noget, som ikke allerede findes andre steder eller er overtaget af andre ikke-publicistiske aktører og platforme. En sådan oprustning er langt fra et frit redaktionelt valg, men i høj grad et spørgsmål om ressourcer, forretningsmodeller og publikumsrelationer.

Kultur Explorers næste fase

Den første fase af vores projekt har altså ikke bekræftet et entydigt billede af kulturjournalistikken som et område i krise på tværs af medier. I stedet peger undersøgelsen på et mere sammensat og segmenteret billede, hvor nogle former for kulturjournalistik er under pres, og hvor især de regionale medier oplever at kulturjournalistikken, som vi førhen kendte den, ikke længere er mulig. I de afdækninger er der opstået en række nye spørgsmål om kulturjournalistikens rolle, funktion og fremtidige muligheder.

Det rejser en række spørgsmål, som bliver centrale i projektets anden fase i 2027: Hvordan kan kulturjournalistik udvikles, så den både er kritisk, relevant og bæredygtig i en digital medieøkonomi? Hvilke nye formater kan skabe værdi for både brugere og redaktioner? Og hvordan kan kulturjournalistik gentænkes, så den balancerer mellem kritisk praksis og konstruktive, sammenhængsskabende tilgange?

Det er spørgsmål som disse, der danner afsæt for det videre arbejde, som tages op i *Kultur Explorers* fase 2 i foråret 2027.

Referencer

- Bentsen, A.Y. og M. Nørtoft (2025) *Kulturvaner i 60 år*. Danmarks Statistik. <https://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/nyt/GetAnalyse.aspx?cid=55489> (besøgt 14. juni 2026).
- Bille, T., T. Fridberg, S. Storgaard og E. Wulff (2005) *Danskernes kultur- og fritidsaktiviteter 2004 – med udviklingslinjer tilbage til 1964*. København: AKF Forlag.
- Dicks, B. (2004) *Culture on Display: The Production of Contemporary Visitability*. Maidenhead: The Open University Press.
- Fink, H. (1988) Et hyperkomplekst begreb. I: H. Hauge og H. Horstbøll (red.) *Kulturbegrebets kulturhistorie*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Gulyás, A. & F. Hammer (2013) *Public Service Media in the Digital Age: International Perspectives*. London: Cambridge Scholars Publishing.
- Kristensen, N.N. (2010) The historical transformation of cultural journalism. *Northern Lights* 8(1): 69–92.
- Kristensen, N.N. og M.B. Johansen (forth. 2026) *Litteraturen i medierne. Rapport om udviklingen i danske mediers litteraturdækning 2015–24*. København: Kulturministeriet.
- Køber, J.V., A. Hellum, A. Krarup, C. Nyvang og M. Thøgersen (2022) *Kulturen i Danmark*. I: *Trap Danmark* på lex.dk. https://trap.lex.dk/Kulturen_i_Danmark (besøgt 14. juni 2026).
- Lash, S. & C. Lury (2007) *Global Culture Industry*. Cambridge: Polity Press.
- Mediestøtteudvalget (2025) *Mediestøtte for borgerne – demokratisering, fremtidssikring og forenkling*. København: Kulturministeriet.
- Mortensen, A.J., M.O. Nielsen og B. Smith (2025) *Er musikjournalistikken forsvundet?* Art Music Denmark. <https://artmusicdenmark.org/viden/publikationer/#er-musikjournalistikken-forsvundet/1/> (besøgt 14. juni 2026).
- Pine, J. & J. Gilmore (1999) *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Schröder, K., M. Blach-Ørsten & M.K. Eberholst (2024) *Danskernes brug af nyhedsmedier 2024*. Roskilde Universitet: Center for Nyhedsforskning. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11381853> (besøgt 14. juni 2026).

Endvidere er benyttet en række udgivelser og pressemeddelelser fra Danmarks Statistiks hjemmeside [dst.dk](https://www.dst.dk), herunder rapporterne *Kultur 2023* og *Statistisk tiårsoversigt 2024*. Se de detaljerede kildeoversigter på s. 4.