

# Danske vaktbikkjer og etiske nordmenn

*En analyse og sammenligning av danske og norske journalisters forhold til journalistisk kultur og PR- og informasjonsbransjen.*

Simon Skjelbostad Yset



Masteroppgave i journalistikk  
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

29.11.2016



# **Danske vaktbikkjer og etiske nordmenn**

En analyse og sammenligning av danske og norske journalisters forhold til journalistisk kultur og PR- og informasjonsbransjen.

Av: Simon Skjelbostad Yset



© Simon Skjelbostad Yset

2016

Danske vaktbikkjer og etiske nordmenn

*En analyse og sammenligning av danske og norske journalisters forhold til journalistisk kultur og PR- og informasjonsbransjen.*

Forfatter: Simon Skjelbostad Yset

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

# Sammendrag

I den internasjonale medielitteraturen regnes Norge og Danmark som like land tilhørende det samme mediesystemet. Men selv om mye synes likt; er det ulikheter mellom de to lands journalister som kan påvirke journalistikken? Er det en forskjell i danske og norske journalisters forhold til journalistisk kultur og PR- og informasjonsbransjen? Og kan ulik organisering av fagforeningene i de to land forklare eventuell ulik tilnærming til PR- og informasjonsbransjen?

Med utgangspunkt i den store journalistundersøkelsen The Worlds of Journalism Study (WJS) og intervjuer med journalister og fagforening, ser jeg i denne oppgaven på mulige ulikheter mellom de to land, og hvordan disse komme til syne. WJS og intervjuene bekrefter den store likheten tidligere studier har konkludert med, men avdekker at det er forskjeller mellom danske og norske journalister på flere områder. Svarene i WJS viser at danske journalister er mindre opptatt av sitt lands etiske regelverk, og opplever mer påvirkning fra ulike kilder som PR og myndighetspersoner enn de norske journalistene. Samtidig legger de danske journalistene stor vekt på å fylle vaktbikkje-rollen som en maktkritisk institusjon. De norske journalistene er mindre opptatt av dette idealet og sidestiller det med andre roller, som for eksempel det å nå et stort publikum, og å påvirke den politiske debatten. Disse ulikhetene bekreftes i stor grad av informantene som er intervjuet i denne oppgaven. Intervjuede journalister, som også har jobbet eller jobber innenfor PR- og informasjonsbransjen, beskriver ulik relasjon mellom de to bransjene, der danske journalister synes å ha en mer vennligsinnet innstilling til PR- og informasjonsbransjen enn de norske. Dette blir bekreftet i intervjuene med de to lands fagforeninger, der den danske organiserer begge yrkesgrupper, mens den norske ekskluderer journalister som bytter bransje. Dermed er det tegn som tyder på at organiseringen av fagforeningene kan ha innflytelse på synet og samspillet mellom de to yrkesgruppene, men det kan ikke denne oppgaven med sikkerhet konkludere med.

# Abstract

In the international media literature Norway and Denmark are placed in the same media system. Despite the many similarities; are there differences in Danish and Norwegian journalists relation to journalistic culture and the PR-industry? And can the different ways of organizing journalist unions in the two countries explain different approaches to PR?

Based on the survey The Worlds of Journalism Study (WJS) and interviews with journalists and their unions, I look into these possible differences, and how they appear, in this thesis. WJS and the interviews confirm the great similarity that previous studies have concluded, but reveals that there are differences between Danish and Norwegian journalists in some areas. WJS also indicates that Danish journalists are less concerned with ethical rules, and that they experience more influence from various sources such as PR and government officials than the Norwegian journalists do. Yet, the Danish journalists emphasis on filling a detached watchdog role, critical to those in power. The Norwegian journalists are less concerned with this ideal and equate it with other roles, such as Critical change agents and Populist disseminators. These differences are confirmed by the interviewed journalists. Some of them, who also have worked, or still working in public relations, describes unequal relationship between the two industries, where Danish journalists seem to have a friendlier attitude to PR than the Norwegians. This is confirmed in the interviews with the unions in the two countries, where the Danish organizes both journalists and PR-people, while the Norwegian exclude journalists who change to PR. There are some indications that the organization of journalistic unions can influence the interaction between the two professions, but on that I cannot conclude with certainty.

# Forord

Å skrive en masteroppgave er en berg- og dalbane i mismot og mestringsfølelse. Når jeg nå endelig kan se trykte bokstaver i innlimt perm, er det følelsen av mestring som råder. Det er en god følelse.

Mange skal takkes for at denne oppgaven har blitt ferdig. En stor takk til min veileder, professor Rune Ottosen ved HIOA, for gode innspill, konstruktiv kritikk og interesse for oppgaven. Uten din motivasjon hadde resultatet ikke blitt det samme.

En stor takk også til professor Jan Fredrik Hovden ved Universitet i Bergen for uvurderlig hjelp med data og metoderapport fra de nordiske studentundersøkelsene og The Worlds of Journalism Study. Uten Hovden, ingen oppgave! Håper du kan få glede av funnene i oppgaven.

Takk også til lektor Arjen van Dalen ved Syddansk Universitet for data fra den danske undersøkelsen i The Worlds of Journalism Study.

Det å skrive en masteroppgave i kombinasjon med jobb som journalist er krevende. Jeg vil derfor takke ledere i NRK som har tilpasset og strukket seg slik at jeg kunne ferdigstille oppgaven på en god måte.

Jeg vil også takke mamma, Kirsten Yset, for korrekturlesing i oppgavens siste fase. Alle eventuelle feil og mangler er likevel forfatterens ansvar.

Takk til medstudentene mine Henriette Mordt og Marius Rønnekleiv for tips og råd, studiefelleskap og noen kopper kaffe. Takk til Dr. Mari Haugaa Engh for stimulerende akademiske samtaler rundt et kjøkkenbord i København. En takk rettes også til alle danske venner som har gitt meg en innføring i dansk samfunnsliv. Det har vært nyttig i jobb, og i arbeidet med dette prosjektet.

Til siste vil jeg takke alle gode krefter som er utelatt fra denne takkerunden, men så mener de burde vært nevnt her. Takk!

Simon Skjelbostad Yset

Oslo, 25.11.2016







# Innholdsfortegnelse

## Innhold

Danske vaktbikkjer og etiske nordmenn .....	III
Sammendrag.....	VI
Forord .....	VIII
Innholdsfortegnelse .....	XI
1 Innledning.....	1
1.1 Teoretisk grunnlag .....	2
1.2 Forskningsspørsmål .....	3
1.3 Metode og design.....	3
2 Journalistikk som profesjon .....	5
2.1 Journalistikk; en semi-profesjon? .....	5
2.2 Journalistrollen .....	7
2.3 Det journalistiske felt.....	9
2.4 Journalistikkens samfunnsoppdrag.....	11
2.5 Moderne gnisninger etter Ottosens verk.....	12
2.6 Innholdsmarkedsføring – tekstreklamen «strikes back» .....	13
2.7 Nytt arbeidsliv utfordrer journalistrollen.....	17
2.8 Oppsummering .....	19
3 Sammenligning av mediesystemene i Danmark og Norge .....	21
3.1 Three models of Media and Politics .....	21
3.2 Hallin og Mancini i et nordisk perspektiv .....	24
3.3 Politisk Journalistikk i Norden .....	26
3.4 Fagforeningene .....	27
3.5 Oppsummering .....	28
4 Forholdet til kilder.....	29
4.1 Journalistisk kilde .....	29
4.2 Oppsummering .....	33
5 Metode forskningsintervju .....	35
5.1 Forskningsdesign og metode .....	35
5.2 Tematisering og utvalg .....	36

5.3	Forskningsintervjuet .....	39
5.4	Transkribering .....	42
5.5	Analyse .....	43
5.6	Verifikasjon (forskningens legitimitet) .....	44
5.7	Forskningsetiske spørsmål.....	46
5.8	Utfordringer med komparative studier .....	49
5.9	Oppsummering .....	50
6	The Worlds of Journalism Study.....	51
6.1	Studiens format.....	51
6.2	Undersøkelsen i Norge og Danmark .....	52
6.3	Resultater .....	53
6.4	Journalistiske ideal og holdninger .....	54
6.5	Innflytelse og påvirkning.....	57
6.6	Nordisk studie av Worlds of Journalism Study .....	64
6.7	Oppsummering .....	67
7	Nordiske studentundersøkelser .....	71
8	Analyse forskningsintervju .....	75
8.1	Journalist/kommunikatør .....	75
8.1.1	Egen jobberfaring .....	78
8.1.2	Bransje-refleksjoner .....	79
8.1.3	Syn på nye utfordringer for journalistikken .....	82
8.1.4	Fagforeningens rolle.....	83
8.1.5	Oppsummering .....	84
8.2	Fagforeningene .....	85
8.3	Geir Terje Ruud .....	87
9	Diskusjon/konklusjon.....	93
9.1	Grenseoppgang mot PR- og informasjonsbransjen .....	95
9.2	Videre forskning .....	99
	Litteraturliste .....	101
	Vedlegg .....	104





# 1 Innledning

Under et studieopphold i Danmark våren 2014, der jeg også jobbet som journalist, fulgte jeg godt med på nyhetene for å sette meg inn i dagsorden i vårt naboland i sør. Helt i starten av oppholdet ble det regjeringsskifte på grunn av et salg av en statlig, grønn energibedrift. Dette skulle jeg rapportere hjem til Norge om, og jeg fulgte nyhetssendinger på flere av TV-kanalene, nettavisene og gjennom radio. Regjeringsskiftet var hovedoppslag i flere dager. Spørsmålet var om et regjeringsskifte ville trekke seg eller ikke.

Dekningen av saken hadde kjent dramaturgi for meg med mine norske journalistbriller. Redaksjonene hadde kommentatorer og gjester som spekulerte i hva som kom til skje, og hvordan aktørene tenkte osv. Det var likevel en spesiell ting jeg bet meg merke i; Tituleringen av enkelte av gjestene. «XX, du har tidligere vært spindoctore for statsministeren, hvordan vurderer du situasjonen...»<sup>1</sup>. Gjesten (spindoctoren) nikkete smilene og intervjuet kom i gang som vanlig. Dette ble jeg forundret over. Det er selvfølgelig en språklig dimensjon her, men hadde jeg titulert en gjest som spindoctore i et norsk TV- eller radio-studio, ville denne trolig blitt fornærmet og sur, og kanskje til og med benektet tittelen. Pressesekretær eller informasjonsskulle, medierådgiver eller kommunikasjonssjef, er det lengste man kunne strukket det, tenkte jeg. Hele deknningen av saken, og senere saker jeg fulgte under oppholdet, ga meg lyst til å studere samspillet mellom journalistikken og PR- og informasjonsbransjen i Danmark og Norge.

Samtidig observerte jeg også forskjeller i den journalistiske praksisen med blant annet tonen i debattene, hvordan ulike saker ble presentert og vinklet, og hvilke bilder som ble brukt i sakene. Jeg synes disse elementene hadde en tøffere stil enn jeg var vant til fra Norge. Under mitt opphold sprakk også den såkalte «Se og Hør-saken» i danske medier. Saken fikk mye oppmerksomhet i tiden som fulgte og førte til en stor debatt om presseetikk. Fire journalister og en tidligere IBM-ansatt ble i november 2016 dømt til fengselsstraffer for uberettiget å ha tilegnet seg kjendisers og de kongeliges kredittkort-opplysninger<sup>2</sup>. Selv om det har vært lignende saker rundt Se og Hør i Norge også, var dette journalistikk som jeg tenkte var mer vanlig i britisk presse, enn i skandinavisk presse.

---

<sup>1</sup> Jeg har ikke funnet tilbake til opptak av sendingen, og dette ville vært svært tidkrevende. Poenget er at spindoctore brukes som tittel i danske medier, <http://www.dr.dk/skole/dansk/politik-og-spin>

<sup>2</sup> <http://www.dr.dk/nyheder/tema/se-og-hoer-sagen>

Dette var inspirasjonen for denne oppgaven, som skal se på noen av ulikhetene i den journalistiske kulturen i Norge og Danmark.

## 1.1 Teoretisk grunnlag

Som denne oppgaven vil vise er det små forskjeller i de ytre rammene for journalistikken i de to landene. Samme størrelse, likt mediemangfold, og noenlunde likt internt etisk regelverk gjør at mediesystemene i den internasjonale litteraturen på området regnes som like (Hallin og Mancini 2004).

Profesjonslitteraturen viser at journalistikken kan defineres som en individualistisk semi-profesjon (Ottosen 2004). Det er vist at det journalistiske felt er romslig med mange ulike idealer (Hovden 2008), og at det er flere historiske og aktuelle grenseoppganger mot det journalistiske feltet (Ottosen 2004). Dette gjør at idealene og normene for god journalistikk hele tiden er i bevegelse. Dette rommet, eller feltet, formes derfor av en evig debatt og diskusjon om hvordan yrket skal utøves. Det gir rom for utvikling av ulike normer og vaner i den journalistisk praksisen i to land som tradisjonelt anses som like.

Det er likevel noen ulikheter innad i systemene som kan spille inn på hvordan den journalistiske kulturen har utviklet seg. De viktigste aktørene for å holde journalistikken som profesjon styrket, fagforeningen, har ulik organisasjonsmodell i de to landene. I Norge kastet Norsk journalistlag (NJ) ut alle informasjonsmedarbeidere i 1997 etter en lang prosess (Ottosen, 2004). Bakgrunnen var at de to yrkene ikke er den samme profesjon, og i mange sammenhenger rent motstridende, var argumentasjonen den gang. (Medlemskriteriene til NJ ble noe moderert i 2015, men hovedpunktene står fast<sup>3</sup>)

I Danmark derimot, arbeidet Dansk Journalistforbund, ikke uten protester<sup>4</sup>, med en fusjon mellom DJ og Forbundet Kommunikation og Sprog (KS). Argumentet fra lederen i DJ var; «Noen år er de journalister, andre år er de kommunikatorer. Så vender de kanskje tilbake til journalistfaget. Så forskjellige er de jo ikke. De har det til felles at de skal fortelle den gode historien<sup>5</sup>.». DJ har i mange år vært åpen for å la kommunikasjonsarbeidere beholde sitt medlemskap. I en norsk redaksjon kan en medarbeider som bytter til en «info-jobb» bli møtt

---

<sup>3</sup> [https://www.nj.no/no/Om\\_NJ/Vedtekter/#§3Medlemskap](https://www.nj.no/no/Om_NJ/Vedtekter/#§3Medlemskap)

<sup>4</sup> Her nettside med oppdatert informasjon om fusjonsdebatten i Dansk journalistforbund:

<http://journalistforbundet.dk/Om-DJ/Mulig-fusion-med-KS/>

<sup>5</sup> <http://kampanje.com/archive/2014/05/danske-journalister-vil-ha-pr-fusjon/>



med «Åhh ja, så du skal gå over til fienden?» I Danmark skal man altså bare fortelle en historie et annet sted.

Det er også noen forskjeller i lovene mediene forholder seg til. Blant annet er offentlighetsloven i Danmark regnet som strengere enn den norske, noe som gir journalister (og borgerne generelt) færre muligheter til å overvåke politiske prosesser<sup>6</sup>. Det er også noen forskjeller i medielovgivningen i de to landene.

Spørsmålet er hvilke konsekvenser dette får for statusen, arbeidsforholdene og holdningen blant journalister i Norge og Danmark. Denne oppgaven vil forsøke å finne noen svar på hvordan de ulike holdningene blant journalistforeningene gjenspeiles blant utøvende journalister, og om disse holdningene har konsekvenser i møtene mellom de to yrkene, samhandlingen mellom dem, og i synet på journalistisk kultur.

## 1.2 Forskningsspørsmål

Dette fikk meg til å stille følgende forskningsspørsmål:

- **Hvilke ulikheter er det i tilnærmingen til PR- og informasjonsbransjen og journalistisk kultur blant journalister i Norge og Danmark?**
- **Kan organiseringen av fagforeningene forklare ulik tilnærming til PR- og informasjonsbransjen og forståelsen av journalistrollen i de to landene?**

## 1.3 Metode og design

Jeg har valgt å studere forskningsspørsmålene gjennom både komparative kvantitative undersøkelser, og kvalitative forskningsintervjuer. Jeg mener de kvantitative dataene kan gi et makroperspektiv på de forskjeller som eksisterer, mens intervjuene kan gi en forståelse av hvordan disse forskjellene kommer til syne i yrkessituasjon.

I arbeidet med denne oppgaven har jeg fått tilgang til data fra to store komparative studier. Den ene er The Worlds of Journalism Study. Denne undersøkelsen er en kvantitativ studie hvor spørsmålene dreier rundt temaer som journalistikkens plass i samfunnet, journalisters etiske oppfatninger og rolleforståelse, og autonomi og innflytelse i nyhetene. Undersøkelsen

---

<sup>6</sup> <http://journalisten.no/2014/11/norge-mest-apne-land-i-norden>

ble gjennomført i årene 2012 – 2015 blant 27 000 journalister i mer enn 65 land. De ansvarlige forskerne i begge land har sendt meg bearbeidede tabeller og metoderapport fra deler av undersøkelsen.

Jeg behandler også de nordiske studentundersøkelsene i prosjektet Hovdabrekka som har blitt gjennomført i tre omganger siden 2005. Undersøkelsene omfatter alle de nordiske land, men jeg har fått utvalgte data fra den norske og danske delen av studien.

Forskningsintervjuene ble delt inn i tre informantgrupper. Den første gruppen består av journalister som på et eller flere tidspunkt i karrieren har jobbet i PR-bransjen. Disse informantene har verdifull kunnskap om begge bransjer, og kan si noe om hvordan samspillet mellom disse er i daglig arbeidssituasjon, og hvordan holdningene i til de to yrkene er i de to land.

Jeg valgte også å intervju nestlederne i de to fagforeningene Norsk Journalistlag og Dansk Journalistforbund, og Geir Terje Ruud som har jobbet som redaktør i både norske VG og danske Ekstrabladet.

Det har de siste tiårene blitt gjennomført flere internasjonale studier som sammenligner mediesystemer og journalistisk kultur. I forarbeidet til denne oppgaven var det likevel tydelig at det er gjort få studier som sammenligner to land så grundig som denne oppgaven tar mål av seg til å gjøre. De fleste studiene tar utgangspunkt i Norden som en enhet, og sammenligner de nordiske land med resten av verden. De studier som er gjort internt i Norden tar ofte for seg alle de fem landene, og går i så måte ikke inn i detalj enkeltland imellom. Derfor mener jeg denne oppgavens tema og avgrensing gir et interessant innblikk i de forskjeller som eksisterer mellom to land som i en global kontekst blir sett på som like når mediesystemer og journalistisk kultur blir studert.

Opgaven starter med tre teorikapitler som tar for seg journalistikken som profesjon og en sammenligning av mediesystemene i Norge og Danmark. Deretter presenterer jeg de metodiske valg jeg har gjort i forbindelse med forskningsintervjuene. Jeg presenterer så analysen av data fra The Worlds of Journalism Study og de nordiske studentundersøkelsene, før jeg presenterer analysen av forskningsintervjuene. Til slutt diskuterer jeg funnene i både de kvantitative undersøkelsene og intervjuene i et konkluderende kapittel.

## 2 Journalistikk som profesjon

For å kunne diskutere påvirkningen på journalistrollen i Danmark og Norge, vil jeg først diskutere rollen på et overordnet plan. For det er ikke bare én definisjon av rollen som journalist. Mange profesjonsforskere har ulikt syn på hva hvordan man skal definere dette. I en artikkel i forskningsboka "The Handbook of Journalism Studies" peker forfatterne på at det er få sosiologiske undersøkelser om profesjonalitet som tar for seg journalistikken som felt, men stort sett kun fokuserer på tradisjonelle yrker, som for eksempel lege og advokat. Likevel har ikke journalistforskere som forsker på journalistisk profesjonalitet til nå vært så veldig opptatt av å benytte seg av den sosiologiske litteraturen om profesjonelle yrker. (Schudson & Anderson 2009). Randal A. Beam peker på at det gjennom 100 år har blitt forsøkt å identifisere profesjonskriterier historisk for amerikanske journalister, men at det er mangel på konsensus «... om hva begreper som profesjon, profesjonalisme og profesjonalisering betyr i journalistikken» (Ottosen 2004: 124).

### 2.1 Journalistikk; en semi-profesjon?

For er journalistikk en profesjon på linje med en lege eller jurist? Professor i Journalistikk Rune Ottosen argumenterer i sin bok "I journalistikkens grenseland" (2004) i retning av at journalistikk er en semi-profesjon (Ottosen 2004). Han ser primært på norske forhold. Shoudson & Anderson trekker i sin artikkel fram at mange internasjonale forskere på journalistisk profesjon kommer til den samme definisjonen; semi-profesjon eller kvasi-profesjon (Schudson & Anderson 2009: 91).

Ottesen bruker to anerkjente profesjonssosiologer sine klassiske modeller for å identifisere en profesjon. En av dem, Harold Wilensky, setter opp fem forutsetninger: 1) Det må være heldagsyrke 2) ha en formell utdanning 3) ha en organisasjon av yrkesutøvere 4) ha offentlig godkjenning 5) ha en yrkeskodeks (etiske krav) (Ottosen 2004: 96). Den nå avdøde norske statsviteren Ulf Torgersen har utarbeidet en annen modell: Han mener at 1) en bestemt langvarig formell utdanning erverves av 2) personer som stort sett er orientert mot oppnåelse

av bestemte 3) yrker som ifølge sosiale normer ikke kan fylles av andre personer enn de med denne utdanningen (ibid).

I begge modellene vil journalistyrket ikke kvalifisere som en profesjon. Spesielt fordi en obligatorisk utdanning ikke er et krav for å titulere seg som journalist. Det er ingen som krever en sertifisering som journalist for en som skal jobbe i en avis, radio- eller TV-kanal, eller nettavis. Blant leger og advokater er det et klart krav om en slik sertifisering/godkjenning for å praktisere i yrket. Denne godkjenningen er en kvalifikasjon, men pålegger også særskilt ansvar for den enkelte yrkesutøver.

I de tre resterende punktene i Wilenskys modell synes journalistikk å kvalifisere i denne strenge profesjonsdiskusjonen. Journalist har vært et heldagsyrke i snart 150 år. Fagforbund (NJ og DJ) har også eksistert lenge. Det samme gjelder yrkeskodeksen (etiske krav). I Norge har vi Vær-varsom-plakaten (etiske normer for pressen) og PFU (klageorgan) som har en sterk posisjon i norske medieredaksjoner i tillegg til et uavhengig presseforbund (Ottosen 2004: 126). Danmark har på lik linje som Norge disse institusjonene med tilnærmet lik status (Willing 2016).

Profesjonssosiologen Andrew Abbot mener man må legge mindre vekt på utdanning og mer på hvilken plass de enkelte yrkene har i maktstrukturer og i det kulturelle rom i samfunnet. (Ottosen 2004: 124) Spesielt trekker han frem skille mellom PR-folk og journalister, der han mener at en tydelig grenseoppgang mellom eget yrke og andre er en indikasjon på profesjon. Ottosen trekker også på Halvor Fauske, som bygger sine teorier på Richard Halls arbeider. Fauske mener profesjonalisme gir uttrykk for selvforståelsen i et yrke, og at det har blitt viktigere i en tid der høyere utdanning generelt blir vanligere. Dermed minsker skillet mellom de klassiske profesjonene (medisin, juss) og semi-profesjonene (journalist) (Ottosen 2004: 125-126). Ottosen mener Abbott og Fauske/Hall har rett i at statusen av yrkesutøvelsen blir stadig viktigere enn de formelle kravene i den klassiske profesjonssosiologien. Selv om han ikke konkluderer i klartekst med at journalistikk er en "Semi-profesjon", er det argumentasjonen som ligger under han støtter seg til. (Ottosen 2004).

I sitt kapittel i boka *Becoming a journalist*, en studie av journalistutdanningene og journaliststudenter i Norden, har Ida Willing i "We All Think the Same" samme resonnement når det gjelder det danske perspektivet på profesjons-statusen (Willing, 2016).

## 2.2 Journalistrollen

Statusen som semi-profesjon har bygd seg opp gjennom ulike kamper i over 100 år. Nettopp det at journaliststanden har satt opp grenser for sitt yrke, og profesjon, har skapt et definert journalistisk rom, mener Ottosen. Han etablerer *I journalistikkens grenseland* en modell med syv konfliktlinjer som han mener beskriver utviklingstrekk som har formet og endret journalistrollen over tid. (Ottosen 2004). Disse konfliktlinjene settes inn i modellen horisontalt, med en vertikal konfliktdimensjon som viser de store endringene i eierforholdene i mediebransjen. Fra partipresse fra slutten av 1800-tallet til private konserner som upolitiske medieiere fra slutten av forrige århundre (ibid). Konfliktlinjene som tegnes opp er ikke kun historiske og statiske, selv om mange av kampene synes døde i dag. Innenfor de ulike «kategoriene» dukker det stadig opp nye utfordringer.

De syv konfliktlinjene er:

1. Kampen for opphavsrett,
2. Kampen for fagorganisering,
3. Teknologiske forutsetninger for å utøve yrket,
4. Kampen for ytrings- og informasjonsfrihet,
5. Kamp for utdanning,
6. Forsvar og utvikling av etiske normer, og
7. Avgrensingen mot andre fag.

(Ottosen 2004: 21-47)

Ottosen bygger sin modell etter inspirasjon fra blant annet Giddens strukturteori og Bourdieus feltbegrep, selv om han presiserer at han utvider begrepet til «det journalistiske rommet», og at han bruker det på sin måte (Ottosen 2004; 19).

De syv konfliktlinjene danner en ramme rundt det journalistiske rommet, og det er i grensene mellom marked og idealer at konflikten utspiller seg. Ottosen definerer derfor journalistrollen slik: «Et sosialt betinget sett av faglige standarder/yrkesetiske normer og

sosiale adferdsmønstre som over tid skaper en kollektiv identitet. Denne identiteten har utviklet seg i spenningsfeltet mellom markedskreftenes objektive ytre rammebetingelser og journalistenes subjektive ønske om å skape et kollektivt, faglig fellesskap» (Ottosen 2004: 21).

Det skal tas med i denne diskusjonen at profesjonssosiologier skiller mellom kollektivistiske og personalistisk profesjonstilhørighet. En kollektivistisk tilhørighet kan vi se f. eks hos statsautoriserte revisorer, hvor strenge krav og standarder gir liten rom for individuell innflytelse på arbeidet. Arkitekter derimot er en profesjon der utdanningen kun er et første steg, men utførelsen tar en mer individuell retning. Ottosen plasserer, med god grunn, journalister inn i den personalistiske gruppen, og peker på at etter overgangen fra partistyrte til mer markedsstyrte presse, ser man dette tydeligere enn tidligere (Ottosen 2004: 128). Det betyr at det journalistiske rommet rommer mange ulike oppfatninger av yrkesutførelsen, og at de faglige idealene nødvendigvis ikke deles fullt ut av «alle i rommet».

Ottosen er primært opptatt av konflikten om markedskreftenes påvirkning på journalistrollen, og «trusselen» det representerer mot de journalistiske idealene. Det mener jeg er en fruktbar tilnærming til min problemstilling, fordi møtene med PR og informasjons-bransjen som denne oppgaven blant annet ser på, i stor grad har oppstått, og er styrt av, kapitalistiske markedsmekanismer. PR vil i denne sammenhengen også inkludere talspersoner for regjering og parlament, og personer som forsøker å påvirke journalistikken i denne oppgaven. De følger i mange tilfeller de samme markedsmekanismene, men opererer med andre profitter enn rene penger, (Jeg vil i et senere kapittel definere PR- og informasjonsbransjen, og hvilke hovedelementer jeg vil fokusere på.)

Gjennom den digitale utviklingen det siste tiåret har også andre aktører kommet inn på det som tradisjonelt har vært den journalistiske banehalvdel. Bloggere er et moderne eksempel på aktører som i sin form ligger tett opp mot redaktørstyrte medier, men som nettopp ikke er det. Hvem som helst kan opprette en hjemmeside og kalle det en nettavis (Ottosen 2004: 44). De forholder seg ikke til noen av de presseetiske retningslinjene (de er i alle fall ikke bundet av dette), men for et vanlig publikum kan det være vanskelig å skille mellom hva som er journalistikk og hva som er blogg. Når også aktører i mediene oppretter blogger der de redaksjonelle redaktørene og journalistene kan uttrykke seg, blir skillene svært uklare.<sup>7</sup> Også

---

<sup>7</sup> [http://stavrum.blogg.no/1476084460\\_genistrek\\_fra\\_venstre.html](http://stavrum.blogg.no/1476084460_genistrek_fra_venstre.html) Eksempel fra Nettavisens redaktør, Gunnar Stavrum.

Facebook og Twitter har nå høye klikktall. De fleste (alle?) profilerte politikere, bedrifter og organisasjoner som er ute etter å påvirke opinionen, har for lengts tatt i bruk disse plattformene for å spre sine budskap. Disse fenomenene, som nå er permanente, har ført til at journaliststanden har måttet dra opp grenser mot nye grupper som ikke var på banen tidligere. Dette er helt klart med på å utfordre journalistikken som profesjon, og journalistrollen.

## 2.3 Det journalistiske felt

Professor Jan Fredrik Hovden etablerte et eget norsk journalistisk felt i sin doktoravhandling *Profane and Sacred* fra 2008. Han bygger sin norske modell på Pierre Bourdieus teori om sosiale felt og det journalistiske felt (Hovden 2008).

Et sosialt felt er et område med definerte grenser der alle deltagerne kjemper om den samme symbolske makten gitt og definert av de som selv er del i det sosiale feltet. Akademia er et godt eksempel, der den symbolske kapitalen ikke kan kjøpes, men oppnås gjennom arbeid og nettverk, og der kapitalen ikke er en statisk verdi, men noe som utvikles av akademikerne i feltet. Alle akademikerne opererer på en måte som styrker egen posisjon. For å oppnå dette må man handle «riktig»<sup>8</sup> (Hovden 2008).

Det journalistiske feltet er ifølge Bourdieu preget av lav autonomi (sammenlignet med akademia) fordi man i stor grad er direkte avhengig av annonsører, og er utpreget i bruk av publikumsrangseinger (altså ytre påvirkning). Han mener journalistene i stor grad ser til hverandre i en evig jakt etter skup, og at logikken i feltet er at man gjentar konkurrentens suksess og unngår feilene, og at journalistikken dermed blir ensartet og ikke variert (Hovden 2008 s. 51-53).

Hovden bygde det norske journalistiske feltet på en stor kvantitativ undersøkelse. I hans minikosmos er feltet delt opp i to hovedmotsetninger; Eldre/erfarne journalister vs yngre/nye journalister, og graden av symbolsk kapital. Aldersmotsetningen er kjent i de fleste felt man studerer. Den symbolske kapitalen kommer til syne gjennom de som er med på å definere «den gode journalistikk».

---

<sup>8</sup> Bourdieu har kritisert skolen for å være en arena der alle i utgangspunktet skal ha like muligheter, men som i praksis gjennom symbolsk vold (arv, nettverk, økonomiske forutsetninger blant elevene osv.) skaper skiller.

I det norske journalistiske felt (presentert som en akse med fire dimensjoner) identifiserer Hovden en karismatisk elite med redaktører og kommentatorer for de store nasjonale mediene, og ledere for sentrale journalistiske institusjoner, som gjerne er eldre med lang erfaring. Disse er med sin posisjon med på å definere god og dårlig journalistikk, er synlige aktører gjennom sine egne og andres medier, de sitter i juryer for journalistpriser og i sentrale organisasjonsverv. Således er de med på å påvirke de symbolske hierarkiene og grensene i feltet, og identifiserer seg med å utføre samfunnsoppdraget pressen er satt til å gjøre med en sterk følelse av å «være en journalist». Hovden karakteriserer dem som en «journalist-religiøs elite» (Hovden 2010, s. 12).

Disse står i sterk kontrast til den allmenne journalist, som framstår som journalistisk ureligiøs og ikke er så interessert i elitens idealer. Denne gruppen har svakere identitetsfølelse av det å være en journalist, og kan sågar være uenig i de journalistiske idealene eliten har definert. Her finner vi gjerne unge journalister i kortvarige engasjementer (interessant gruppe i dagens debatt), medarbeidere i kommersiell radio, lokaljournalister og ukepresse. Det går også et klart skille i den samme dimensjonen mellom Oslo og resten av landet, og på klassiske skiller som utdanningsnivå og yrke til foreldre, egen utdanning o.l. (Hovden 2010).

Undersøkelsen viser at det er store ulikheter innad i feltet, som kanskje kan ses på som innsiden av journalistrolle-modellen til Ottosen (2004). I denne sosiale maktkampen om symbolsk makt går det helt sikkert an å identifisere flere konfliktlinjer, også på smalere tematikk. Statusen til ulike fagfelt og arbeidsoppgaver skiller stort. Det gir høyere status å jobbe med politisk journalistikk, krim og i TV. Det gir lavere status å jobbe med sport, lokaljournalistikk og i magasin (Hovden 2010).

I intervjuet med redaktøren som både har jobbet i Ekstrabladet i Danmark og VG i Norge trekker han fram en mer polarisert hovedstadspresse, der flere av avishusene har en egen status og der en som leser en avis, aldri ville bladd i konkurrentens. Han mener den samme konflikten ikke er like synlig i Norge.

Dette er bare et eksempel, men like fullt er den symbolske makten som utspiller seg i det journalistiske feltet viktig å ta med seg i analysen av blant annet intervjuene i denne oppgaven. De svarene som gis, kan og er trolig, preget av hvor i feltet man befinner seg. Derfor har jeg i utvalget av intervjuobjekter forsøkt å dekke de ulike stedene i feltet, likt fordelt i begge land.



## 2.4 Journalistikkens samfunnsoppdrag

I denne oppgaven kommer begreper som *journalistiske idealer* og *samfunnsoppdraget* til å bli brukt for å vurdere forskjeller mellom journalistene i Danmark og Norge. Dette er kjente uttrykk i journalistmiljøer, men blir nok tolket noe forskjellig hos hver enkelt journalist. Det viser også analysen om det journalistiske felt.

I boka *Journalistikkens samfunnsoppdrag* setter Johan Roppen og Sigurd Allern begrepet under kritisk analyse fra en rekke ulike perspektiver. De mener (med rette) at det ikke er noe klart innhold i begrepet, men et moteord mange journalister og redaktører setter foran seg når noe anses som viktig, og pressen skal legitimere sin journalistikk (Roppen og Allern 2010).

Historisk kan begrepet ha dukket opp som en slags motmakt til de tre statsmakter hvor pressen etablerte seg som «den fjerde statsmakt» i parlamentarismens oppblomstring. I siste halvdel av forrige århundre kunne man se at denne ideen om samfunnsoppdraget tegnet seg parallelt med avviklinga av partipressen, oppbyggingen av journalistutdanninger som skal definere og gjøre seg selv og posisjonen relevant, og som en del av det korporative demokratiet som vi har i Norden (Ibid kap 1).

I den norske Vær-Varsom plakaten (VVP) og i de danske reglene for god presseskik er det viet mye plass for å definere journalistikkens samfunnsoppdrag. I VVP er det spesifisert i første punkt at en fri og uavhengig presse defineres som en av viktigste institusjonene i samfunnet. Den skal ivareta oppgaver som retten og plikten til å informere, og avdekke kritikkverdige forhold i samfunnet. Pressen skal verne om ytringsfriheten, og skape gode arenaer for samfunnsdebatt. Det er også et viktig oppdrag for pressen å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep fra myndighetene og andre aktører. Dette er listet opp i den norske VVP, mens det i det danske regelverket er formulert mer som et premiss for reglene<sup>9</sup>.

Bokas kapittel om journalistenes eget selvbilde er skrevet av Jan Fredrik Hovden, og er et utspring av undersøkelsen om det norske journalistiske felt, som er omtalt tidligere i dette kapitlet. Journalistenes eget syn på «samfunnsoppdraget» viser at det ikke er én forståelse av oppdraget, men ut i fra Hovdens undersøkelser fire klynger av holdninger til journalistiske ideal. Bakgrunnsdata er hentet fra den store kvantitative undersøkelsen *Mediefolk 2005*. De

---

<sup>9</sup> <http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>, <http://www.pressenaevnet.dk/Love-og-regler/Regler-for-god-presseskik.aspx>

spurte journalistene ble bedt om å vektlegge en rekke journalistiske ideal som; viktigheten av å være nøytral og objektiv, gransker av makthavere, speile almene meninger, gi folk opplevelser, og påvirke politisk dagsorden for å nevne noen (Roppen og Allern 2010 kap 9; s 236). (Spørsmålene som ble stilt i denne undersøkelsen har stor likhet med spørsmålene stilt i The World of Journalism Study som analyseres i et eget kapittel senere i oppgaven)

De fire klyngene er Oppdragere, Granskere, Speilere, og Agnostikere. Oppdragerne er kjennetegnet ved at de vektlegger mange av idealene som svært viktige. Speilerne har samme tendens, men er i større grad opptatt av nøytralitet og objektivitet. De gir mindre tilslutning enn Oppdragerne til det å påvirke politisk dagsorden og stimulere til nye tanker. Agnostikerne og Granskerne kjennetegnes ved at de har satt opp færre journalistiske ideal som viktige. Agnostikerne har ingen klar hierarkisering, mens Granskerne har satt opp gransking av makthavere og det å kritisere urett i samfunnet som spesielt viktig. Granskerne har ikke så mange andre idealer som viktige. (se Roppen og Allern 2010 kap 9 for fyldig analyse).

Overnevnte, korte oppsummering av undersøkelsen, viser at det er stor variasjon i de journalistiske idealer. Det er et stort spenn innad i det journalistiske feltet, som hele tiden er med i kampen om å definere hva som er god og dårlig journalistikk. I likhet med det norske journalistiske felt viser denne delen at det er store individuelle forskjeller mellom journalister, selv innenfor den samme journalistiske andedammen.

## **2.5 Moderne gnisninger etter Ottosens verk**

Teknologisk utvikling og moderne arbeidsliv er «ferske» utfordringer mot det journalistiske rom etter min mening. Det er over ti år siden Ottosen skrev sin bok, og selv om hovedmodellen står støtt, har nye problemstillinger dukket opp siden den gang. Medieverden har vært, og er, igjennom en teknologisk revolusjon, noe som har påvirket det journalistiske rommet. Internett har påvirket både måten journalistikken publiseres på, og måten den produseres på. I tillegg har det ført til en «ny måte» å konsumere journalistikk. Der man før kjøpte avisen som helhet (dog med forsiden som salgsreklame), og så TV og radio i strømmeformat, er internett basert på «on demand»-prinsippet. Man velger den enkelte artikkel, videosnutt eller lydklipp aktivt, og ikke passivt slik som tidligere. Dette er en utvikling både journalistene og ikke minst medieeierne nå utvikler nye løsninger for.

Teknologien og de ulike plattformene som nå sprer informasjon, utgjør også en trussel for redaktørinstituttet. Hvordan skal man kunne tjene penger på redaksjonelt stoff, gjennom en kanal som i sin natur er etablert som et gratisgode?<sup>10</sup> Hvordan endre innhold og presentasjon som samsvarer med brukernes nettvaner?

Det faktum at denne journalistikken ikke lenger har en definert deadline slik som tidligere, har skapt nye produksjonskrav til den enkelte journalist, og til redaksjonene.

Nettjournalistikkens inntog påvirker stort sett alle kategoriene i det «journalistiske rom». Alt fra mulighetene det rent teknologiske innebærer, til utfordringer rundt opphavsrett og forsvar av etiske normer.

Jeg vil likevel fokusere litt ekstra på konfliktlinjen avgrensing mot andre fag. I og med at denne oppgaven ser på avgrensingen mot PR- og informasjonsbransjen, mener jeg at internett har skapt et enda større trykk på denne problemstillingen. Brukere sliter på å skille mellom ulike typer informasjon på internett. Hva er blogging og hva er journalistikk? Kan vi stole på alt som gir seg ut for å være journalistisk innhold på f. eks. Facebook?<sup>11</sup> Den store produksjonen av journalistikk 24 timer i døgnet har ført til at presset fra kommunikasjonsmedarbeidere som tilbyr innholdsstoff har økt voldsomt.

## 2.6 Innholdsmarkedsføring – tekstreklamen «strikes back»

Den digitale utviklingen har som nevnt ført med seg nye utfordringer og trukket opp noen gamle skillelinjer. Tekstreklame<sup>12</sup> har i over 100 år vært en konfliktlinje i journalistikken. Gjennom oppblomstringen av innholdsmarkedsføring, spesielt i digitale kanaler, har debatten rundt reklame gjenoppstått (Barland, 2016a og b). Jens Barland og Ragnhild Olsens brukte

---

<sup>10</sup> Dette er en påstand som vil være problematisk hvis man går inn i en dypere debatt.

<http://www.nkom.no/teknisk/internett/nettn%C3%B8ytralitet/internett-har-aldri-v%C3%A6rt-gratismen> I denne sammenhengen er etableringen av gratisgode et bilde på brukerens opplevelse når han/hun er inne på internett og de ulike nettavisene.

<sup>11</sup> <http://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/Sjokkerende-nyheter-for-de-amerikanske-velgerne-609044b.html>

<sup>12</sup> Den mest anvendte definisjonen i Norge har vært å finne i innledningen til Tekstreklameplakaten hvor det stod: "Tekstreklame oppstår når produkter og kommersielle interesser blir eksponert eller positivt omtalt på redaksjonell plass ut fra andre hensyn enn uavhengig og kildekritisk journalistikk."

denne definisjonen i en pilotstudie (utført for NJ og NR) der de testet innholdsmarkedsføring på lesere av nettaviser:

Innholdsmarkedsføring er markedsførings- og forretningsprosesser som skal skape og distribuere verdifull og interessant innhold som skal tiltrekke seg, skaffe og engasjere en klart definert og forstått målgruppe – med det formål å oppnå lønnsom aktivitet fra kundene. (Pulizzi 2014, s. 5, forkortet og oversatt til norsk i Barland og Olsen 2015)

Innholdsmarkedsføring har flere former, som annonsebilag i aviser, egne reklameaviser og nettsteder fra bedriftene selv. Den formen som har skapt debatt, er reklameartikler som gjennom bruk av journalistisk utseende og form ligner andre journalistiske produkter i de sammenhengende de blir brukt.

Jens Barland har fulgt utviklingen på området. Han mener å se en sterk utvikling de siste årene, fra arbeidet med en bok om tema i 2012, og til nå. For noen år siden var et samlet redaktørkorps imot annonser som så ut som journalistiske «saker», mens nå konkurrerer de samme mediene om å kapre de mest lukrative avtalene, og vil selv produsere innholdet (Barland og Olsen 2015).

Barland mener det er tre grunner til at de store mediehusene ønsker å satse på innholdsmarkedsføring. Det åpenbare er at dette fører med seg sårt tiltrengte inntekter for mediehusene. Det andre er at innholdsmarkedsføring blir bedre likt av leserne enn vanlig (støyende) reklameannonser. Det tredje er at annonsekundene ser at innholdsmarkedsføring virker (Barland 2016a s. 201).

Oppblomstringen av denne type reklame har skapt debatt i pressemiljøene. I både fagblad og de store etablerte mediene, har det vært reaksjoner på at redaktørene velger å åpne for denne formen for reklame. Leder i Norsk journalistlag, Thomas Spence, skrev i en kronikk i Journalisten i 2014 at:

«Skulle mediene gi etter for fristelsen, vil tap av tillit og troverdighet være prisen. Det er starten på slutten for redaksjonelle medier om betalt innhold skal overta for det journalistiske arbeidet.»<sup>13</sup>

Dette har også vært holdningen til journalistene som har kastet seg inn i debatten. Journalistene har i stor grad vært opptatt av at innholdsmarkedsføring smusser til de journalistiske produktene. Det er likevel noen av dem som velger å forsvare utviklingen. Deres resonnement er at økte inntekter ved å produsere og publisere innholdsmarkedsføring vil gi økonomisk rom til de gode, dyptgående journalistiske prosjektene. Det er dette redaktørene forsvare praksisen med. VGs redaktør og administrativ direktør langet tilbake mot kritikerne under et debattmøte i redaktørforeningen høsten 2015, der han argumenterte for å fjerne forbudet mot sponning i journalistikken:

«Jeg mener at vi her er i ferd med å drepe muligheten for journalistikk i fremtiden.»<sup>14</sup>

I presseetikken er problemstillingen rundt likheten til journalistiske produkter tatt inn i Vær Varsom-plakaten etter at Tekstreklame-plakaten ble inkludert i 2015:

2.6. Svekk aldri det klare skillet mellom journalistikk og reklame. Det skal være åpenbart for publikum hva som er kommersielt innhold. Skillet skal være tydelig også ved lenking eller andre koblinger. Avvis kommersielt innhold som kan forveksles med det enkelte mediums journalistiske presentasjon<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> <http://journalisten.no/2014/07/hodet-eller-portemonnaeen> sitert i (Barland, 2016a s.162)

<sup>14</sup> <http://journalisten.no/2015/11/torry-pedersen-utfordret-vvp-bestemmelser> sitert i (barland 2016a s. 172)

<sup>15</sup> <http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>

VG ble felt i PFU på dette punktet etter en stor reklamesatsing for den norske storfilm *Bølgen*, som var innholdsmarkedsføring for Nordisk Film.<sup>16</sup> Dette er en av flere saker utvalget nå behandler som omhandler denne problemstillingen, og som viser at dette er et hett tema i pressedebatten. Flere av punktene i VVP berører problemstillingene rundt dette, også det økonomiske elementet i 2.8 «...Kommersielle interesser skal ikke ha innflytelse på redaksjonelt innhold, utforming eller presentasjon...». De samme formuleringene kan man se i det danske etiske regelverket for god presseskik<sup>17</sup>.

Jens Barland lister i boka *Innholdsmarkedsføring* opp 5 konfliktlinjer i skjæringspunktet mellom journalistikk og innholdsmarkedsføring. De to første er konflikten rundt merking og skille av journalistikk og innholdsmarkedsføring, og plassering av kommersielle elementer i journalistiske produkter. De to siste går på partnerskap og sponsing (Barland 2016a s. 174).

Konfliktlinje 3 er spesielt interessant for tema i denne oppgaven: «Dobbeltrøller som kan oppstå for journalister, frilansere og redaktører hvis mediehuset både er involvert med journalistikk og innholdsmarkedsføring.» (ibid). Her er grenseoppgangen Ottosen setter opp mot andre yrker relevant. Hva skjer den uken en medarbeider med adgangskort til et mediehus, én dag setter seg ned og skriver innholdsmarkedsføring for en kommersiell aktør, og den neste er med i den redaksjonelle prosessen mot en kritisk dekning av samme aktør. Dette er selvfølgelig satt på spissen, men det er likevel relevant å stille spørsmålet.

Både i VVP og redaktørplakaten, i likhet med det danske regelverket, er det flere av bestemmelsene som gjør det klart at ansatte journalister og frilansere ikke skal veksle mellom arbeidsoppgaver av denne karakter. Barland har intervjuet flere redaksjoner om tema, og mener å identifisere noen gråsoner der f. eks. redaktøren har tatt på seg oppgaven med å lage innholdsmarkedsføring for en lokal bedrift for å «skåne» journalistene. Han viser til tilfeller der annonseavdelingen i en avis har spurt redaktøren om tilkallingsvikarer som kanskje har ledig tid til å skrive innholdsmarkedsføring for en aktør. Samtidig som det var en konflikt der en stor innholdsmarkedsføringskampanje står side om side med nettavisens kritiske dekning av samme aktør (Barland 2016a). I en presset medieøkonomi kan det være fristende for en redaktør uten penger eller en frilanser uten oppdrag å gå inn i disse gråsonene. Disse utfordringene representerer en klar utfordring mot journalistrollen etter min mening.

---

<sup>16</sup> <http://www.medier24.com/nyheter/pfu-felte-vg-med-kritikk-for-bolgen-reklame-mener-den-kommersielle-koblingen-burde-vaert-tydeligere/>

<sup>17</sup> <http://www.pressenaevnet.dk/Love-og-regler/Regler-for-god-presseskik.aspx>

Dette blir styrket av konklusjonene i Barland og Olsen sin pilotstudie for NJ og NR, der de testet innholdsmarkedsføring på lesere. Gjennom en utvalgt lesergruppe fikk de inn reaksjoner på hvordan innholdsmarkedsføring i nettaviser oppleves i praksis. Studien viste at reklame som så ut som journalistikk, ble forvekslet med journalistikk i flere tilfeller. Deltagerne ga uttrykk for at de likte innholdsmarkedsføring bedre enn vanlig reklame. Mange ulike merkinger av stoffet virket forvirrende og uoversiktlig. Og kanskje mest betenkelig; på enkelte temaområder, som reiselivsstoff, ble det som var journalistikk tatt for å være reklame (Barland og Olsen 2015 s. 36). Det skal høre med her at utvalget i studien var liten, og ment som en motivasjon til videre studier på området. Observasjonene er likefullt en bekreftelse på den frykten mange har fremmet på området.

Barland og Olsen ser kun på problemstillingene i norsk kontekst. Men Barland har i sine mange bøker og artikler presisert at dette er en internasjonal trend. I en mailutveksling med undertegnede mener han ut ifra sin kunnskap om tema at det er grunn til å tro at omfanget av bruken, og debatten rundt innholdsmarkedsføring, er lik i Danmark.

I alle intervjuene i denne oppgaven har journalistene og fagforeningene blitt spurt flere spørsmål om innholdsmarkedsføring. Jeg kommer tilbake til dette i senere, men kan generelt si at det var mange meninger om tema, og de var ulike, uavhengig av landbakgrunn. Dette var en problemstilling alle objektene kjente godt til.

## 2.7 Nytt arbeidsliv utfordrer journalistrollen

Ottesens modell dekker store deler av påvirkningsfaktorene på det journalistiske rom. Likevel mener jeg det er en underkommunisert faktor jeg tror kommer til å få større og større innvirkning på det journalistiske rommet; moderne arbeidslivsmønstre. I sin bok *Flydende modernitet* peker den sosiologen Zygmunt Bauman på den siste utviklingen fra det moderne samfunnet til en flytende modernitet der store, varige institusjoner og mønstre blir erstattet av flyktige, midlertidige konstruksjoner i samfunnet. Mange av dagens ferske og framtidens potensielle journalister har vokst opp i et samfunn preget av større grad av flyktighet og opplevelsestyrt konsum enn tidligere generasjoner (Bauman 2000).

Bauman, som er en anerkjent sosiolog og som har viet mye tid til modernisme-debatten, mener verden (vesten) nå har kommet inn i en post-moderne fase. Siden slutten av forrige århundre gikk vi over fra et samfunn av produsenter, til et samfunn av konsumenter, en

overgang fra den tunge til den lette kapitalismen. I sitt kapittel om arbeidsliv trekker han denne teorien inn mot arbeidslivet. Han peker på en utvikling der en arbeidstager som tidligere jobbet hele sin karriere i en bedrift, nå er forventet å bytte jobb over 10 ganger i løpet av karrieren. Dette gjenspeiles i arbeidslivsundersøkelser<sup>18</sup> Tidligere var gullklokka idealet, nå er det nye utfordringer som gjelder. Dette er styrt av både den individuelle strømmingen om selvrealisering, og «jeg-et» som senter av ens egen tilværelse, men også arbeidsgivernes dreining mot midlertidige kontrakter, «inntil videre»-klausuler (Bauman 2006: s.191-192). Dette skaper en usikkerhet hos begge parter som ifølge Bauman svekker den gjensidige lojaliteten og engasjementet både hos arbeidstager og arbeidsgiver. (ibid). Overført til journalistbransjen vil et slikt resonnement kunne føre til at journalister som har en usikker arbeidsplass ikke er så villig til å ta plass i og definere seg innenfor det journalistiske felt.

Dette kan helt klart påvirke det journalistiske felt, og journalistikkens profesjonsstatus. Satt på spissen er det klart at klassiske journalistiske idealer vil bli truet hvis journaliststanden i hovedsak består av medarbeidere som jobber som journalist en periode, og som noe annet i andre perioder, f.eks i PR- og informasjons-bransjen. Vi vet at det tradisjonelt er stor mobilitet mellom de to yrkene (Ottosen 2004)

Som Hovden avdekker i sitt norske journalistiske felt er det unge, midlertidige ansatte som har den svakeste tilknytningen til idealene i feltet. Det er en betenkelig utvikling med trenden der flere bytter jobb og bransje i løpet av karrieren.

Det er jo nettopp dette fenomenet Dansk Journalistforbunds leder fanger opp med setningen: «Noen år er de journalister, andre år er de kommunikatorer. Så vender de kanskje tilbake til journalistfaget. Så forskjellige er de jo ikke. De har det til felles at de skal fortelle den gode historien.» I et markedsperspektiv er jo dette fornuftig. Fagforeningen kan opprettholde medlemstallet, og samlet som gruppe stå sterkere i lønnsforhandlinger o.l. Men i et profesjonsperspektiv vil mange mene at det er betenkelig. Spesielt nestlederen i Norsk Journalistlag uttrykte bekymring for denne utviklingen flere ganger under intervjuet som er gjort i forbindelse med denne oppgaven.

Likevel viser en undersøkelse NJ har gjort blant norske journalister i 2013, at mange journalister i stor grad fortsatt vil jobbe som journalister, og verner om de journalistiske idealer. Jeg mener uansett at det mobile arbeidsliv med en generasjon som har vokst opp i et

---

<sup>18</sup> <http://forskning.no/arbeid/2008/02/skifter-jobb-i-hoyt-tempo>



internettbasert mediesamfunn, vil være en av de største utfordringene for å verne om journalistikken som profesjon, og autonomien i det journalistiske rom (Ottosen 2015).

Ottosen konkluderer likevel i en ny artikkel at autonomien i det journalistiske rom som er bygd opp over ti-år, består tross de store endringene (Ottosen 2015).

Journalistene som er intervjuet i denne oppgaven, dog en liten gruppe som alle har byttet bransje en eller flere ganger, peker på flere fordeler, sågar styrking av journalistenes profesjonalitet, ved at journalister bytter jobb og bransje fra tid til annen.

## 2.8 Oppsummering

Som vi har sett i dette kapittelet er det ingen klare grenser for hva som er en journalist. De fleste profesjonsekspertene velger å definere journalistikk som en semi-profesjon med personalistisk karakter. Dette gjør at journalistene selv må sette opp grensene for yrkesutøvelsen, og kjempe for retten til å definere seg som noe eget, eksklusivt. Det er store variasjoner i det journalistiske feltet (innsiden av rommet til Ottosen), og noen ganger motstridende idealer for hva som er god og dårlig journalistikk, og hva som faktisk er journalistikkens samfunnsoppdrag.

Bakgrunnen for denne grundige gjennomgangen er å vise hvor individuell yrkesutførelsen er. Når jeg senere skal se på likheter og ulikheter mellom journalister i Danmark og Norge, blir dette bakteppet et viktig verktøy for å vurdere de funn jeg gjør både i den kvantitative undersøkelsen og de kvalitative intervjuene. Analysen vil også ta inn over seg de nye utfordringene journalistikken står overfor, dels som en konsekvens av den svært krevende økonomiske situasjonen mange mediehus står i.



### 3 Sammenligning av mediesystemene i Danmark og Norge

Det er mange likheter mellom Danmark og Norge, det danske og norske samfunnet. Begge landene har omtrent like mange innbyggere<sup>19</sup>, språk som ligner hverandre og kan forstås skriftlig og muntlig i begge land<sup>20</sup>, begge land er monarkier og har nær og i perioder felles historie.

Også politisk, institusjonelt og økonomisk ligner landene hverandre. De har parlamentarisk styresett, og et politisk system preget av sosial korporatisme med lavt konfliktnivå, og høy grad av økonomisk likhet (Ihlen, Skogerbø og Allern 2015). Landene har også flere felles overnasjonale institusjoner gjennom Nordisk råd, som er et av de eldste regionsamarbeidene i verden. Det nordiske samarbeidet er både politisk, økonomisk og kulturelt forankret<sup>21</sup>. En politisk forskjell er likevel at Danmark har vært medlem av EU siden 1972. Norge har gjennom to folkeavstemninger valgt å stå utenfor, men har et tett samarbeid med unionen gjennom EØS-avtalen.

#### 3.1 Three models of Media and Politics

Denne oppgaven ser på journalistene og mediene i de to land. I den sammenhengen er det helt naturlig å sammenligne Danmark og Norge gjennom Daniel Hallin og Paolo Mancini sin komparative studie av vestlige mediesystemer fra 2004. *Comparing media systems. Three models of Media and Politics* er fortsatt metermålet innen komparativ medieforskning, selv om mange forskere i ti-året etter utgivelsen har forsøkt å utfordre både grunnlaget for teorien, og også konklusjonen (modellene).

I sitt arbeid bruker Hallin & Mancini både det politiske systemet og mediesystemene for å plassere landene inn i de tre kategoriene i modellen. Eller sett fra en annen vinkel, hvordan karakteristiske sider ved de enkelte land passer inn i karakteristikkene til modellen. De to forfatterne har ikke hatt som mål å strengt plassere land inn i en inn en bestemt «boks», men heller peke på likheter og ulikheter mellom landene og systemene. En del av konklusjonen/utgangspunktet var å vise hvordan det politiske systemet har formet

---

<sup>19</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2119rank.html>

<sup>20</sup> <https://snl.no/norsk>

<sup>21</sup> <http://www.norden.org/da/om-samarbejdet-1/det-officielle-nordiske-samarbejde>

mediesystemet. Konseptet mediasystem brukes i denne oppgaven om et knippe land med fellestrekk for hvordan medielandskapet har oppstått og fungerer (Hallin og Mancini 2004 s. 11-12).

I analysen av de 18 europeiske og nord-amerikanske landene har de sett på historisk utvikling for best å sammenligne landene. De fant 4 dimensjoner de mener skiller de ulike systemene fra hverandre:

1. Utviklingen av mediemarkedene – utviklingen av massemediene, spesielt avis.
2. Politisk parallellisme – Sammenvevingen mellom det politiske systemet og mediasystemet.
3. Utviklingen av profesjonalitet i journalistikken.
4. Graden av statlig involvering i mediasystemet.

*Fra Hallin og Mancini 2004 s. 21*

Både kvantitative og kvalitative tilnærminger ble brukt for å plassere landene inn i de ulike modellene etter disse kravene. De utviklet også tilsvarende parametere som vist i tabell 2.1 for det politiske systemet slik at de ulike landene passer inn i både den politiske- og medie-modellen. I den politiske modellen omhandlet dimensjonene politisk historie og system, grad av demokratisering og statens rolle/grad av autoritet.

Basert på de ulike dimensjonene i både mediasystem og politisk system endte Hallin og Mancini med tre ulike medie-modeller (med den samme inndelingen politisk). *Den polariserte pluralistiske modellen* der sør-europeiske land som Italia, Hellas og Spania er plassert, *Den demokratisk korporative modellen* hvor de skandinaviske-, tyskspråklige- og Benelux-landene er samlet, og til sist *Den liberale modellen* der de engelspråklige landene USA og Canada, Storbritannia og Irland passer inn.

Både Norge og Danmark er plassert i den demokratisk korporative modellen. Landene i denne modellen kjennetegnes ved å ha høy avissirkulasjon (god utvikling av massemedier) og tidlig utvikling av pressefrihet. Landene har en historie med partipresse, der flere medier har vært tilknyttet partier eller organisasjoner. Denne tilknyttingen ble mot slutten av 1900-tallet svakere, og i stor grad borte. De fleste medier er nå uavhengige, men kan fortsatt ha sympatier til partier og organisasjoner.

### De tre modellene – karakteristiske trekk ved mediesystemene

	Den polariserte pluralistiske modellen	Den demokratisk korporative modellen	Den liberale modellen
Land	Frankrike, Hellas, Italia, Portugal og Spania	Østerrike, Tyskland, Sveits, Norge, Danmark, Finland, Sverige, Nederland og Belgia	USA, Canada, Storbritannia og Irland
Utvikling av massemedier	LAV	HØY	HØY
Politisk parallellisme	HØY	HØY	LAV
Profesjonalitet	LAV	HØY	HØY
Statens rolle i mediesystemet	HØY	HØY	LAV

Tabell 2.1 – Hallin og Mancini 2004 s. 67 (299)

Profesjonaliseringen av journalistikken regnes som sterk, med stor grad av frihet (autonomi), sterke og profesjonelle journalistiske normsett og regler, og orientering og forankring av Public Service-funksjonen. Det er også stor grad av innblanding fra staten, gjennom pressesubsidier, markedsregulering og statlige kringkastere, men ingen direkte styring over mediene. Kjennetegn ved modellen er også at staten har en rolle som tilrettelegger for ytringsfrihet og pressefrihet, ikke begrensende med sensurlover og lignende (Hallin og Mancini 2004, kap 2 og 6).

De største forskjellene mellom den demokratisk korporative og liberale modellen er at statens rolle i den liberale er minimal, med stor markedsorientering uten subsidier, og at det er liten grad av politisk parallellisme med fravær av historisk partipresse. Det er også tradisjonelt en lavere omsetning og utbredelse av aviser, og selv-regulerende institusjoner er fraværende, selv om profesjonaliteten er svært sterk (og relativt lik) (ibid).

Selv om Hallin og Mancinis *Comparing media systems. Three models of Media and Politics* fortsatt refereres til av de fleste journalist- og medieforskere når komparative spørsmål på om journalistikk tas opp, har den møtt konkret kritikk for både grunnlaget for modellene og hvilke land som hører hjemme i de ulike modellene. Modellene tar ikke økonomiske og kulturelle variabler inn i den politiske dimensjonen, og behandler heller ikke oppblomstringen av nyere plattformer som for eksempel internett (som var i en «tidlig» fase i 2004). Flere

mener også at fokuset på nyheter gjør at den ikke tar inn over seg bredden i dekningen av f.eks kultur og underholdning som også er en viktig del av et mediesystem. Den er også kritisert for ikke å dekke land utenfor vesten (som ikke er så relevant for denne oppgaven) (Syvertsen m. fl. 2014 ).

Hallin og Mancini har selv påpekt at deres modeller ikke er perfekte, eller at alle land passer perfekt inn i dem (Hallin og Mancini 2004). De har senere svart på noe av kritikken i en artikkel fra 2012.

De to forfatterne argumenterer for at de nordiske landene muligens representerer en egen mediemodell, adskilt fra de tyskspråklige- og Benelux-landene, som de landene som passer best inn i den demokratisk korporative modellen. De avslutter boken med en fremtidsvisjon der de mener flere av de europeiske landene vil drifte mot den liberale modellen, mest som følge av svakere statlig innblanding, og økt kommersialisering av mediene (Hallin og Mancini 2004).

## 3.2 Hallin og Mancini i et nordisk perspektiv

Som et resultat av dette har flere nordiske forskere forsøkt å sammenligne de nordiske landene, og undersøke om de har beveget seg i retning av den liberale modellen, med anker i USA. De vesentligste bidragene har kommet fra den svenske professoren Lars Nord i artikkelen fra 2008 med den beskrivende tittelen; *Comparing Nordic media systems: North between West and East?* Professor Jonas Ohlsson gjør også en analyse av dette i *The Nordic Media Market* fra 2015. En rekke nordiske medieforskere forsøker også å definere en nordisk modell i en upublisert (in review) artikkel *A Welfare state of Mind - Nordic journalists' role conception and autonomy in international context* basert på resultatene i den store, globale journalist-undersøkelsen The Worlds of Journalism Study. Sistnevnte kommer til å få fylldig behandling i et senere kapittel i denne oppgaven.

Allerede i 2008 forsøkte Nord å se om man kunne definere landene i Norden til å representere en egen modell (The Nordic model), og om det var tegn til at spådommen om en bevegelse mot den liberale modellen stemte (Nord 2008). Han bygde på datidens tallmateriale, som nå er snart 10 år siden. Med utviklingen (revolusjonen) i teknologi- og mediebruk de siste årene blir derfor tallene han presenterte gamle når det gjelder opplagstall, seer- og lyttertall. Han konkluderte imidlertid allerede den gang med at nedgangen for papiravisene, og inntoget av

kommersielle aktører i TV- og radio markedet, representerte en bevegelse mot den liberale modellen. Selv om aviser og de statlige medieselskapene fortsatt var mer dominerende og betydelige i Norden. Han anførte at et viktig skille mellom Norden og landene i den liberale modellen er stor når det gjelder profesjonalisering, der det eksisterer selvregulerende etiske regelverk, og egne presseråd som håndhever reglene med en stor grad av autoritet (i korporativ forstand). Nord mener denne faktoren er felles for alle de nordiske landene, selv om det ikke finnes spesifikke komparative studier på dette området (ibid). Nord avsluttet med en betraktning av at de nordiske landene ikke kan defineres som en enhet, men fire ulike varianter av en hybrid mellom den demokratisk korporative og den liberale modellen, som på mange områder drifter mot den liberale.

Jonas Ohlsson har en ferskere analyse av tilstanden i mediesystemet. Hans bok fra 2015 tar inn den siste utviklingen i mediemarkedene, statlige inngrep og profesjonalisering. En klar ulikhet som er tydelig i hans materiale, (som også kan ses hos Nord), er at Danmark har langt færre daglige nyhetsaviser og lesere enn Norge. Selv om utviklingen i opplagstall er lik, med et fall på rundt 40 prosent fra 2004-2014, selges det rundt dobbelt så mange aviser i Norge som i Danmark (Ohlsson 2015 s. 31-34, Nord 2008). Det er følgelig også klart færre daglige eller regelmessige utgivende aviser i Danmark. Her er Norge i særstilling med mange flere aviser enn samtlige nordiske land, mens Danmark ligger på et nivå som ligner mer landene i de andre modellene til Hallin og Mancini. Noe av forklaringen på dette er naturlig nok at Danmark er mye mindre geografisk enn de andre nordiske landene, og, som følge av det, ikke har den samme sentrum-periferi konfliktlinjen så tydelig i det politiske- eller mediesystemet (Selv om motmakt mot København også er tilstede i Danmark) (Ohlsson 2015, Ihlen, Skogerbø og Allern 2015).

En annen karakteristikk i den demokratisk korporative modellen stemmer dårligere for begge land. De nordiske landene blir av Hallin og Mancini sett på som avisregionen, med en lavere andel av TV- og radiokonsum enn i de to andre modellene. Men undersøkelsen til Ohlsson peker på det motsatte. Avissalget går som nevnt ned, mens posisjonen til nordiske TV-kanaler har aldri vært sterkere, hverken når det gjelder seertall eller salg. (En udokumentert påstand fra denne forfatteren er at dette bildet nå også endres raskt.). Her kommer imidlertid Danmark fra en svakere posisjon enn Norge i starten av årtusenet, men har de siste årene hatt høyere seertall, og en allmennkringkaster (DR) med høyere markedsandel enn i Norge (Ohlsson 2015).

Ohlsson velger heller ikke å etablere en egen nordisk mediemodell, dog under noe tvil. Han peker på ulike forskjeller som nevnt over mellom alle nordiske land (som Nord), og mener å se at forskjellene mellom landene øker, uten å nevne ulikheter mellom spesifikke land i konklusjonen. Likevel anerkjenner begge de to forskerne at det er betydelige likheter i den profesjonelle journalistkulturen i alle de nordiske land, og at rammene og strukturen profesjonelle journalister opererer innenfor er relativt lik (Nord 2008, Ohlsson 2015).

### 3.3 Politisk Journalistikk i Norden

En sammenligning sett fra et mer kvalitativt ståsted er sammenligningen av 16 land (mange av de samme som hos Hallin og Mancini, også Danmark og Norge) i den nylig utgitte *Comparing Political Journalism*. En gruppe internasjonale forskere innen politisk kommunikasjon gikk systematisk igjennom politisk journalistikk på TV, aviser og nettaviser for å se om det er noen karakteristiske trekk ved selve journalistikken i de ulike landene, og hvilke mediesystemer som er best for å lage kvalitetsjournalistikk (de Vreese, Esser og Hopmann, 2017). Studien er en meget omfattende innholdsanalyse, med et stort antall forskere og datagrunnlag som base.

Boka går grundig inn i flere temaer som framing, fortolkende journalistikk, negativitet og balanse i artiklene, personalisering (her ment med om enkeltpolitikere eller institusjonen er hovedaktøren) og harde og myke nyheter (se de Vreese, Esser og Hopmann, 2017, s.168-169). I et konkluderende kapittel samler de alle faktorene inn i 4 hovedgrupper; Harde, saksfokuserte nyheter, Aktørfokuserte nyheter, Saksfokuserte, fortolkede nyheter og Strategifokuserte, fortolkede nyheter. Selv om det også her er noen ulikheter landene i mellom, lander forfatterne i en lignende «gruppe-inndeling» som Hallin og Mancini, at det er et skille mellom nord-sør (+USA) i Europa. De skandinaviske landene, Tyskland og Benelux-landene har et likt mønster i utvelgelsen av politiske nyheter. De er kjennetegnet ved i stor grad å være saksfokuseret, og mindre strategisk enn de andre landene<sup>22</sup>. (ibid, kap 11).

---

<sup>22</sup> Analysen fra de enkelte land er gjort utenom valgperioder, der den politiske journalistikken skifter karakter og tenderer til å bli mer spill og strategi-fokusert enn i den politiske «hverdagen» (de Vreese, Esser og Hopmann 2017 s. 175). Det kan likevel ikke utelukkes at det i perioden for datainnsamling var «special events» som en politikerskandale, viktig sak i parlamentet som fikk mye dekning osv. Forfatterne mener likevel at slike hendelser ikke vil påvirke det totale utvalget (ibid s. 15-16).



## 3.4 Fagforeningene

Organiseringen av de journalistiske fagforbundene er ulik i de to landene. Norsk journalistlag (NJ) lar bare, som hovedregel, journalister i journaliststillinger være medlemmer av foreningen<sup>23</sup>. Dansk Journalistforbund (DJ) har mer åpne medlemskriterier der opptakskravene er at man jobber innen journalistikk, medier og kommunikasjon<sup>24</sup>. Denne forskjellen har økt de siste tiårene etter at NJ på slutten av 90-tallet kastet ut informasjonsmedarbeiderne, mens danske DJ siden starten av 2000-tallet har åpnet for å organisere andre yrkesgrupper innen media. De to nestlederne i NJ og DJ bekreftet under intervjuene med dem at de to modellene oppfattes som ulike også av fagforeningene selv. DJ og NJ har tett kontakt som søsterorganisasjoner, og møtes jevnlig med nordiske kollegaer for utveksling av erfaringer og samarbeid på ulike områder.

Det var etter flere års debatt at NJ i 1997 vedtok å endre medlemskriteriene slik at informasjonsmedarbeidere ble kastet ut og ikke lenger kunne melde seg inn. Gjennom tiåret før var dette debattert i flere omganger. På 80-tallet var blant annet flere av informasjonsmedarbeiderne til Statoil medlemmer av NJ. Dette var det mange som mente var upassende i et profesjonsperspektiv. Argumentene var faglig integritet, mot den økonomiske styrken en større fagforening ville ha. Etter opphetet diskusjon vedtok NJ i 1997 endrede kriterier (Ottosen 2004 kap 8). Hovedargumentet om en klar avgrensning til andre yrker, og spesielt de som driver med kommunikasjon og lobbyarbeid, lever fortsatt i NJ og hos nestleder Hege Iren Frantzen. Under intervjuet til denne oppgaven var hun midt i lanseringen av eget kandidatur som ny leder. Hun ønsker å fokusere mer på den faglige dimensjonen av NJ, og fokuserer på å gjøre de faglige mulighetene for journalistene til en av sine fanesaker<sup>25</sup>. Hun mener det ikke nå er noen debatt internt i organisasjonen for å endre medlemskriteriene, selv om en oppmykning i 2015 gjorde det mulig for journalister som også har andre yrker kan være medlemmer. Den justerte vedtekten gjør at medlemmer som har flere yrker, kun kan være medlem for den jobben de gjør som journalist. NJ bistår ikke disse medlemmene i de jobbene som ikke har med journalistikk å gjøre.

I DJ har debatten om medlemskap gått motsatt vei på 2000-tallet. I 2014 var fagforeningen i fusjonssamtaler med fagforeningen Kommunikation og Sprog (KS). Denne organiserer alt fra

---

<sup>23</sup> Se spesielt §3 §4 i NJs vedtekter: [https://www.nj.no/no/Om\\_NJ/Vedtekter/](https://www.nj.no/no/Om_NJ/Vedtekter/)

<sup>24</sup> <https://journalistforbundet.dk/optagelsesbetingelser>

<sup>25</sup> <http://journalisten.no/2016/09/derfor-tar-hun-opp-lederkampen-med-thomas-spence>

prester til informasjonsmedarbeidere. Debatten var polarisert, og utløste sterke følelser før fusjonen ble lagt på is i 2015<sup>26</sup>. Hovedargumentene var en større og mer slagkraftig fagforening på den ene siden, og en frykt å miste egenarten ved journalistikken på den andre siden. Et av argumentene for en fusjon ble uttalt av tidligere leder i DJ, Mogens Blicher Bjerregård: «Noen år er de journalister, andre år er de kommunikatorer. Så vender de kanskje tilbake til journalistfaget. Så forskjellige er de jo ikke. De har det til felles at de skal fortelle den gode historien<sup>27</sup>.» DJ hadde allerede i mange år organisert kommunikasjonsmedarbeidere. Antallet medlemmer i DJ Kommunikasjon har siden 2001 økt fra 677 til 2213 i 2016 (Journalisten 2016). Nestleder Trine Johansen som er intervjuet i denne oppgaven, sier at det ikke er noen debatt om nåværende organisering av fagforeningen.

DJ er organisert i ulike undergrupper som kommunikasjon, journalistikk og flere andre. De har en noe flatere struktur enn NJ som også organiserer mellomledere i mediebedrifter. I DJ kan ikke ledere være med. Organiseringen av de to fagforeningene, og holdningen blant ledelsen i dem er i så måte grunnleggende ulike satt opp mot profesjonsteori. Ingen av de to nestlederne ga uttrykk for å adoptere den andres organisasjonsmodell under intervjuene.

### 3.5 Oppsummering

Som gjennomgangen i dette kapittelet har vist, er det liten tvil om at mediesystemene og rammene for å drive journalistikk, er relativt like i Danmark og Norge. Selv om de nordiske medieforskerne i sine forsøk ikke finner en felles nordisk modell i en global kontekst, ser de mange likheter mellom de nordiske landene. Jeg kommer derfor i denne oppgaven ikke til i stor grad å problematisere de strukturelle forskjellene i min sammenligning mellom journalistene i de to landene, og derfor behandle de ytre rammer for journalistikken som, igjen, relativ lik. Likevel tar jeg med meg forskjellene det er pekt på over der det er relevant. Blant annet fagforeningens ulike organisering vil bli behandlet særskilt i senere kapitler.

---

<sup>26</sup> <http://journalistforbundet.dk/Om-DJ/Mulig-fusion-med-KS/>

<sup>27</sup> <http://kampanje.com/archive/2014/05/danske-journalister-vil-ha-pr-fusjon/>

## 4 Forholdet til kilder

Forholdet til kilder er en viktig del av det å være journalist. Denne oppgaven ser spesielt på grenseoppgangen mot kilder som kan plasseres under kategorien PR. Det inkluderer kommunikasjonsmedarbeidere i private og offentlige virksomheter, for interesseorganisasjoner, politiske partier eller myndighetene, og ansatte i PR-byråer. Dette er kilder som, forenklet, er ansatt med formål å fremme sin bedrift eller organisasjons interesser slik at disse kommer best ut i mediene. Enten det er en kamp for å komme på i mediene, eller dekke til informasjon som er uheldig for virksomheten.

PR som fag har de siste ti-årene gjennomgått en stor profesjonaliseringsprosess. Både gjennom debatt om hvordan yrket skal praktiseres og profesjonaliseres<sup>28</sup>, og gjennom økt akademisk interesse for bransjens utvikling gjennom studier og analyser (Kristensen 2009).

Som nevnt tidligere er det i profesjonslitteraturen satt opp klare yrkesgrenser mellom journalistikk og kommunikasjonsarbeid og PR (Ottosen 2004 m.fl). Selv om det tilsynelatende er mange av kvalitetene og kompetansen som er lik i utførelsen av yrket, peker flere forskere på at det er selve oppdraget som er forskjellig. Danske Jens Otto Kjær Hansen har hatt sentrale jobber både som journalist, og PR-sjef. Han mener at der journalistenes målsetting er å tjene samfunnets interesser, er PR-arbeiderens mål å tjene sin oppdragsgiver best mulig. Det skal PR-arbeideren også gjøre selv om det betyr å holde informasjonen tilbake, selv om denne kvalifiserer for å være til det offentliges beste (Hansen 2006).

PR-medarbeidere er de mest brukte kildene for journalister, i direkte eller indirekte forstand. Enten som et mellomledd til intervjupersonen, eller som representant i et intervju for en virksomhet. Jeg vil i dette kapittelet se kort på dynamikken i relasjonen mellom journalister og kommunikasjonsarbeidere, fra begge sider.

### 4.1 Journalistisk kilde

En kilde kan ha ulike roller, og samspillet mellom journalister og kilder kan ha ulik dynamikk. Sigurd Allern deler relasjoner mellom journalist og kilder inn i 4 hovedgrupper i boka *Journalistikk og kildekritisk analyse* (2015): 1) allmenntilgjengelige informasjonsrelasjoner, 2)

---

<sup>28</sup> <http://prprat.no/2015/08/11/pr-som-profesjon-veien-videre/>

strategiske bytte- og forhandlingsrelasjoner, 3) rettighetsrelasjoner, 4) kommersielle markedsrelasjoner.

Med allmennyttige informasjonsrelasjoner menes relasjonen journalisten og kilden har for å fremme en sak som er viktig for befolkningen å vite om. Det kan være varsleren som kontakter mediene i en sak om f. eks. kritikkverdige forhold i politiet, vitnet til en trafikkulykke, eller faktainformasjon til en reportasje. Det kan være at insentivet til kildene for kontakten med journalisten er personlig motivert, men at saken (nyheten) handler om noe som er i allmennhetens interesse å få belyst.

Strategisk bytte- og forhandlingsrelasjoner er kanskje den relasjonen som i størst grad berører fokuset i denne oppgaven. Her er den dynamiske forhandlingsrollen mellom journalister og kildene det sentrale. Journalistene ønsker mest mulig informasjon om saken, mens kildene ønsker oppmerksomhet for seg eller sin sak. I dette landskapet utkjemper daglige kamper mellom journalister og PR-folk, bedriftsledere, myndighetspersoner og politikere (Allern 2015). Berkowitz er opptatt av denne forhandlingsrelasjonen i *Reporters and Their Sources* (2009). Han trekker også fram at journalistens utgangspunkt er å få ut mest mulig informasjon, og kildene forsøker å gi mest mulig fordelaktig informasjon. Han studerer i artikkelen primært relasjonen til makthavere, med utgangspunktet i amerikanske journalister. Han deler forhandlingen inn i to hovedkategorier; på kort og lang sikt. På kort sikt opptrer journalisten i større grad som en vaktbikkje hvor målet er å «beskytte samfunnet mot korrupsjon», både økonomisk, men også med hensyn til informasjon. Kildenes mål er å opprettholde sin posisjon, stilling og popularitet, altså å komme best mulig ut av historien. På lang sikt fører denne dynamiske forhandlingen til «en langsiktig holdningsforming i samfunnet» (Berkowitz 2009). Han mener maktforholdet mellom journalister og kildene avgjøres av journalistens rykte, erfaring og interne status i mediebedriften han/hun jobber i. Mediehusets størrelse og status på mediemarkedet har også påvirkning på forhandlingen. Denne dynamiske kampen gjør at begge parter i enkeltforhandlinger kan «gi litt ekstra» for på lang sikt å komme gunstig ut. Det er akkurat som at en bedrift selger varen sin på tilbud slik at kundene kommer igjen. I dette ligger det åpenbare i at uten kilde, ingen journalist (ibid). Allern vektlegger de samme elementene i sin beskrivelse av informasjonsforhandlingen. Her kan også motspiller- og medspillermodellen trekkes inn. I motspillermodellen opptrer journalister og kommunikasjonsmedarbeidere som motstandere, der de ikke er avhengig av hverandre. I denne modellen oppfattes journalisten som en vaktbikkje. I medspillermodellen

samarbeider de to partene fordi begge har ressurser den andre part er interessert i, og de er derfor avhengige av hverandre.

Hvordan denne forhandlingen kommer til uttrykk varierer noe, men har noen kjente trekk sett fra PR-bransjens ståsted. Informasjonssubsidier er vanlige virkemidler en virksomhet bruker for å nå ut med sitt budskap. Mange virksomheter som ønsker å komme på tilbyr gjerne pressemeldinger formulert som ferdigskrevne artikler, bilder til fri bruk, eksklusive intervjuer og tips om kilder som kan bidra til å gjøre historien bedre (Et case som gjerne støtter virksomhetens budskap). Grunnen er å friste økonomisk pressede redaksjoner til å dekke saken uten at det fører til store utgifter. Det kunne fort blitt et argument for ikke å dekke saken. En annen type innsalg i denne sammenhengen er pseudobegivenheter. Dette er arrangementer som arrangeres kun for at presse skal dekke det. Den er planlagt, og er som regel arrangert for å lansere en nyhet, eller et satsningsområde. Ofte er budskapet vanskelig å tolke fullt ut. En slik hendelse kan for eksempel være at en minister tar toget til jobb en dag, med pressen på slep. På togturen lanserer han/hun nyheter om nye satsninger på tog som regjeringen ønsker å gjennomføre, noe som gjør det attraktivt for mediene å komme. Dette gir bedre bilder og situasjoner til en TV-reportasje enn om lanseringen hadde blitt gjennomført i et auditorium. I tillegg framstår ministeren som miljøvennlig noe som kanskje kan styrke hans posisjon<sup>29</sup>. Nyere internasjonale studier viser at slike informasjonssubsidier er svært utbredt (Allern 2015).

«Åpne og stengte porter» er også kjente begreper i en redaksjon. Dette er en viktig del av en virksomhets kommunikasjonsstrategi inn i forhandlingen om dagsorden. Virksomheter har et grunnleggende ønske om å fremstå best mulig i offentligheten. Det er denne informasjonen som aktivt spres ut gjennom pressemeldinger og informasjonssubsidier. De har også et ønske om å dekke til deler av informasjonen. Dette er forståelig av mange grunner. Alle ønsker å skille mellom scene og bakrom. Journalistikkens utfordring i forbindelse med at informasjon blir holdt tilbake er når denne har stor offentlig interesse, og at det ikke foreligger gode argumenter (rikets sikkerhet, personvern osv.) for at denne ikke skal publiseres. Et eksempel kan være et norsk statsbesøk i Myanmar i 2014. Med på reisen var kongen og flere regjeringsmedlemmer, samt flere store næringslivsbedrifter. Under besøket var teleselskapet Telenor stolte av sin satsning i landet, og viste stolt fram alt de hadde fått til for å bedre levekårene. Det de ikke var så ivrige med å formidle, var at barnearbeidere solgte mobil-

---

<sup>29</sup> Her er et eksempel om vintersykling i Oslo: <http://www.dagsavisen.no/oslo/pa-med-piggene-1.802062>

abonnementene deres i kiosker og kafeer rundt om i landet. Dette ble avslørt av NRK <sup>30</sup>. Slike eksempler finnes det mange av.

Det er også en kjent strategi med lekkasjer. Her får journalistene et lite brudd av en informasjon, som gir en klar retning på hvordan de skal lete videre etter mer informasjon i en sak. Ofte er tidspunktet, motivet og mulig konsekvens nøye planlagt. Mot-maktmiddelet «ingen kommentar til saken» er også vanlig å supplere med «fordi det ikke er nok tid», «Har ikke anledning» osv. Samtidig kan kilden (hvis profilert) la seg intervju om andre saker samme dag. Et eksempel på en slik kildedans kan være den danske partileder (nå statsminister) Lars Løkke Rasmussens kjøp av dresser på partiets regning. I denne saken hadde Ekstrabladet fått lekket flere saker de gikk videre med. Tidspunktet var neppe tilfeldig, rett før EU-parlamentsvalget. Løkke Rasmussen ga en kommentar via sin pressemedarbeider, men hadde i starten selv «ingen kommentar» <sup>31</sup>. Motreaksjonene fra redaksjonene kan i slike situasjoner være å takke nei til tips, avvise et intervju tilbud, eller forfølge saken med andre kilder hvis en virksomhet ikke vil dele informasjon (Allern 2015).

Nete Nørregaard Kristensen har i flere studier pekt på at Spindoctorer og PR-bransjen har fått mer makt over det danske ordskiftet (Kristensen 2009) Allern (2015) har pekt på noe av det samme i Norge. Det virker likevel som om denne debatten har vært sterkere i Danmark enn i Norge. Noe av årsaken kan være at begrepet Spindocor er et åpent brukt ord i Danmark. Denne betegnelsen brukes kun i lukkede journalistiske rom i Norge.

De fleste politiske organisasjoner, offentlige virksomheter og private bedrifter har nå klare kommunikasjonsstrategier og kommunikasjonsstaber som en del av toppledelsens virke (Allern 2015). I takt med den økende profesjonaliseringen av PR-yrket er også definisjonsmakten i det offentlige ordskifte økt. I flere analyser Kristensen har gjort siden starten av 2000-tallet, finner hun at medierelaterte arbeidsoppgaver som pressemeldinger, medietrening, mediemonitorering og relasjonspleie fyller en større og større del av virksomheten. Hun mener maktforholdet mellom journalister og kommunikatører har gått i fordel kommunikatørene de siste årene (Kristensen 2009). Gro Ørsdals masteroppgave *Mellom barken og veden?* viser også at kommunikasjonsmedarbeidere i departementene, som i utgangspunktet ikke er ansatt av politisk ledelse, i større grad enn tidligere deltar i politikkutforming i samarbeid med politikerne (Ørsdal 2013).

---

<sup>30</sup> <https://www.nrk.no/urix/kritiserer-telenor-i-myanmar-1.12074449>

<sup>31</sup> <http://politiken.dk/indland/politik/ECE2288059/venstre-har-betalt-toej-og-sko-til-loekke-for-152000-kr/>

Kristensen henviser til en grunnleggende modell for kommunikatørenes strategi for å ivareta sin virksomhets omdømme og informasjonsflyt ut i samfunnet. «News Management» består av mediehandling og nyhetsstyring, som dekker de prosessene som pågår i kampen om kontrollen over informasjonsstrømmen. Grovt sett kan vi dele kommunikasjonsstrategier inn i to hovedkategorier; en proaktiv/offensiv eller en reaktiv/defensiv strategi. I disse vil det typisk være kommunikatørene som er initiativtager i den offensive kategorien, journalistene i den defensive. Ofte brukes begge strategier samtidig (ibid).

Kristensen trekker på Ericsons fire taktikker som brukes i forhold til pressen:

1. Publicity: en eksplisitt åpen taktikk rettet mot aktivt å påvirke presseomtale positivt
2. Censur: en eksplisitt lukket og restriktiv taktikk, hvor informasjoner likefrem holdes tilbake eller censureres i forhold til mediene
3. Hemmeligholdelse: en likeledes begrensende taktikk, men av mere implicit karakter, idet bestemte informasjoner tilsløres
4. Fortrolighet: en igen implicit taktikk, men av informationsformidlende karakter, fx når informasjoner stilles til rådighet uten for citat eller på bestemte betingelser (fx solohistorier)

(Kristensen 2009 s. 85)

Kristensen konkluderer i sin studie med at informasjonssubsidier i større grad blir viktig i kommunikasjonsarbeidet. Det kan virke som disse subsidiene har fått større gjennomslagskraft de siste årene, og at journalistene i større grad etterspør ferdigpreparerte informasjonspakker, sågar forventer at dette er en del av et innslag/tips. Dette gjør at kommunikatørene får større makt over definisjonen av hvilke historier som blir nyheter, og hvilke vinklinger som brukes for å fortelle dem (Kristensen 2009).

## 4.2 Oppsummering

Jeg har i denne delen av oppgaven gitt en kort innføring i grunnleggende mekanismer i samspillet mellom journalister og kilder (ofte PR), fra begge sider. Som de ulike modellene viser, er dette en dynamisk prosess som styres av ressurser, tid, og informasjonstilgang. Dette viser at journalistene har et stort mulighetsrom i samspillet. Dette er relevant når vi senere i

oppgaven ser på forholdet til PR- og informasjonsbransjen, og andre kilder som kan tenkes å påvirke journalister i deres arbeid.



## 5 Metode forskningsintervju

I dette kapitlet skal jeg beskrive de kvalitative metodevalg jeg har gjort for å belyse problemstillingene i denne oppgaven; *Hvilke ulikheter er det i danske og norske journalisters tilnærming til PR- og informasjonsbransjen og journalistisk kultur?*, og *Har organiseringen av fagforeningene påvirkningen på disse ulikhetene?*. Som nevnt i innledningen vil jeg også behandle den kvantitative undersøkelsen The World of Journalism Study, men metode knyttet til denne kommer i tilhørende kapittel.

Jeg vil i denne oppgaven bruke begrepet *informanter* om intervjuobjektene i oppgaven, mens jeg i delen som behandler de kvantitative studiene bruker *respondenter*. Gentikow argumenterer for dette skillet. Respondenter reagerer kun på spørsmål forskeren har formulert, gjerne med få eller ingen alternativer, uten noen mulighet til å påvirke (eks spørreskjema som i World of Journalism Study). En informant i en kvalitativ studie, her intervju, er et selvstendig subjekt som ikke bare reagerer, men også gir vurderinger forskeren ikke kan forutse på samme måte (Gentikow 2005 s. 47). Jeg mener det er en god tilnærming, og velger derfor å bruke disse begrepene i denne oppgaven.

### 5.1 Forskningsdesign og metode

Jeg valgte tidlig i prosessen forskningsintervju som en av metodene i denne oppgaven. Der kvantitative data gir objektive svar, har et stort gyldighetsområde, og avstand til respondentene, gir kvalitative data en større nærhet til informantene, fordypende svar, og har et mer begrenset gyldighetsområde (Gentikow 2005 s 35-36). Kvalitativ metode har ikke til hensikt å produsere objektive data, «men heller detaljerte, fyldige og rike beskrivelser, basert på informantens nødvendigvis subjektive erfaringer og forskerens ikke objektive fortolkning (Gentikow 2005 s 48).

Jeg har valgt å bruke en semistrukturert intervjuform. Denne formen skaper fleksibilitet ved at muligheten for å stille oppfølgingsspørsmål er tilstede, samtidig som et sett faste spørsmål setter rammen for intervjuene av alle informantene. Det gjør det lettere å bruke informasjonen fra informantene opp mot hverandre i en komparativ studie som dette. Fordi mine informanter har en jobbsituasjon og yrkeshistorikk lik meg selv, og at intervjuene er ment for å hente inn deres erfaringer, besluttet jeg på å bruke et semistrukturert livsverdensintervju.

Psykologiprofessorene Steinar Kvale og Svend Brinkmann sin lærebok *Det kvalitative forskningsintervju* har mange refleksjoner og råd for det gode livsverdenintervju (2009). I et slikt intervju skal intervjuedes livsverden (i denne oppgaven jobb) være tema, der informantens opplevelse og forhold til denne er det vesentligste. Den er semistrukturert i sin form, intervjueren fokuserer på meningen med det som blir sagt og måten det blir sagt på. Det er ifølge forfatterne viktig å være åpen for nye fenomener underveis i intervjuet, men allikevel være fokusert på de bestemte temaer som skal tas opp (Kvale og Brinkmann 2009 s. 47-48).

Kvale og Brinkmann går i sin bok gjennom 7 faser i forskningsintervjuet. Jeg vil i dette kapittelet vise hvordan mitt prosjekt er tilpasset disse fasene:

1. Tematisering av et intervjuprosjekt
2. Design/planlegging
3. Selve intervjuet
4. Transkribering
5. Analyse
6. Verifikasjon
7. Rapportering

(ibid s. 39 og 118)

Som teoretisk bakgrunn trekker jeg på Kvale og Brinkmann (2009) og Barbara Gentikow (2005), som jeg brukte som rådførende litteratur før og under gjennomføringen av forskningsintervjuene og i den påfølgende analysen. Gentikows bok som jeg referer til i dette kapittelet handler i hovedsak om medieerfaringer, men der jeg siterer fra hennes bok er det mer universelle kvalitative metodebetraktninger jeg henviser til.

## 5.2 Tematisering og utvalg

Dette er en komparativ studie som ser på hvilke forskjeller det er i synet på PR- og informasjonsbransjen og journalistisk kultur i Danmark og Norge. For å undersøke dette, så jeg problemstillingen i to trinn. Den ene var om det i det hele tatt er en forskjell mellom landene, den andre er hvilke forskjeller det er snakk om. Til det første brukte jeg i stor grad den kvantitative undersøkelsen The World of Journalism Study. Undersøkelsen er stor og tar mål av seg å være generaliserende for «alle» journalister i de undersøkte landene. Resultatene

av denne indikerer at det på flere områder var ulikheter i synet på de utvalgte feltene, og ga en pekepinn om hvilke områder ulikhetene kommer til uttrykk.

Jeg ønsket å gå litt i dybden om disse ulikhetene, undersøke hvordan de opplevdes for de som jobber innenfor den omtalte sfæren. Det mente jeg best kunne gjøres gjennom et livsverdensintervju. I og med at oppgaven har sterkt fokus på grenseoppgangen mot PR- og informasjonsbransjen, valgte jeg å søke etter informanter blant journalister som nå jobber/har jobbet både som journalist og i PR- og informasjonsbransjen.

Jeg undersøker også i hvilken grad fagforeningenes organisering har innvirkning på ulikhetene i Danmark og Norge. Det gjorde det naturlig å intervju ledelsen i Norsk Journalistlag og Dansk Journalistforbund (i denne oppgaven representert ved nestlederne).

I løpet av arbeidet med oppgaven kom jeg også over Geir Terje Ruud som aktuell informant. Han har jobbet som redaktør både i norske VG og i danske Ekstrabladet i senere år. Han jobber nå som konsulent for mediehus i begge land, og har derfor eksklusiv kunnskap og refleksjon om den journalistiske kulturen. Det at han nå ikke jobber fast i et mediehus i de to landene, gjør også at han har en nøytralitet jeg anser som relevant for den informantrollen han har i denne oppgaven.

De tre informantgruppene i studien har litt ulik karakter. Representantene for fagforeningene er i denne sammenheng ekspert-informanter. De intervjues om sin livsverden som representanter for en organisasjon og de valg organisasjonen tar i ulike situasjoner og spørsmål. De uttaler seg om sine egne personlige holdninger til journalistisk kultur og grenseoppgangen mot PR- og informasjonsbransjen, men alltid som representant for organisasjonen. Dette er helt klart ekspertinformanter fordi det ikke finnes flere informanter i deres gruppe (bortsett fra andre i ledelsen...).

Med Geir Terje Ruud er det litt mer uklart hvilken informantrolle han har i denne oppgaven. Han har eksklusiv kunnskap og innsikt om de temaene han blir spurt om, og i så måte en ekspertkilde. Han sitter med kunnskap svært få andre har. Ruud utaler seg likevel mest ut ifra sin egen livsverden, uten å være knyttet til en organisasjon eller med en spesifikk forbindelse som bakgrunn for sine refleksjoner (Se Gentikow 2005 s. 47-50 for videre refleksjon).

Journalistene/kommunikatørene er en større gruppe hvis man regner dem som kun journalister eller kommunikatører. I så måte er de ikke informanter med spesiell kunnskap. Gentikow og

andre forskere på kvalitative intervju anbefaler et betydelig antall informanter (10-20) for at studien skal ha god nok dekning (ibid, Kvale og Brinkmann 2009 s. 129). I denne oppgaven har jeg intervjuet tre journalister fra hvert land, seks til sammen, som alle i de senere år har byttet fra journalistikk til PR- og informasjonsbransjen, og siden tilbake til journalistikken igjen. Dette var «drømme-informanten». Det var også et utvalgskrav at informanten skulle ha jobbet tilstrekkelig lenge som journalist, at de hadde en erfaring som gjør de faglige refleksjonene gode og relevante. Med disse spesifikke kravene snevres utvalget betydelig inn, og jeg vil argumentere for at et mindre antall informanter i denne kategorien er tilstrekkelig for å belyse problemstillingen på en god måte. Informantene sitter på en spesifikk kunnskap som kan fortelle noe om egne erfaringer og refleksjoner rundt bransjebytte, og opplevelsen av reaksjonene de fikk fra kollegaer da de byttet bransje.

Gentikow argumenterer for at det i enkelte studier kan være nok med et mindre utvalg av store, mer generelle grupper fordi dybde er viktigere enn bredde i det kvalitative forskningsintervju (Gentikow 2005). Flere peker også på at jo flere informanter, jo mer fallende utbytte av ny kunnskap (Kvale og Brinkmann 2009 s. 129).

Både Kvale og Brinkmann og Gentikow fokuserer på kunnskapen om emnet som viktige kvaliteter for å gjennomføre et godt forskningsintervju. Spesielt når det er et semistrukturert livsverdensintervju. I og med at jeg i flere år har jobbet som journalist (og fortsatt gjør), føler jeg at jeg har god kunnskap om dette emnet, både fra en akademisk synsvinkel, og fra et livsverdensperspektiv. Det gjorde meg trygg på å gjennomføre intervjuene med en slik metode. Denne felterfaringen var god å ha i møte med informantene. Jeg kan den lokale sjargongen, rutinene og kjenner maktstrukturene (Kvale og Brinkmann 2009 s. 122-123). Min egen bakgrunn som journalist kan også være en utfordring. I og med at spørsmålene går på forhold «alle» journalister (og sikkert også kommunikatører) har meninger om, og er vel debattert tema i enhver redaksjon, kan dette ha påvirket meg som intervjuer. (Mer om forskningsetiske problemstillinger mot slutten av kapittelet.)

Før jeg kontaktet og intervjuet journalistene, laget jeg en intervjuguide med spørsmål. Jeg laget tre forskjellige intervjuguider for de tre gruppene jeg har presentert over. Jeg gjorde små justeringer i guiden til journalistene/kommunikatørene avhengig av deres nåværende jobbsituasjon. Dette var små justeringer i ordlyd, og jeg legger derfor kun med den standardiserte intervjuguiden til denne gruppen. Se appendix for alle intervjuguidene.

## 5.3 Forskningsintervjuet

Det var en til dels krevende jobb å skaffe informanter til denne studien. Fagforeningstoppene var det lett å få til å stille til intervju. Jeg etablerte kontakt ved å ringe til lederne i NJ og DJ, og ble da henvist til de to nestlederne. Jeg opprettet kontakt med disse per telefon, og fulgte opp med å avtale tid og sted for intervjuet på epost. Jeg sendte en forkortet utgave av intervjuguiden med hovedtemaer til de to nestlederne noen dager før selve intervjuet, slik at de kunne forberede seg på temaene jeg ønsket å intervju dem om. Jeg gjennomførte intervjuet som et ansikt-til-ansikt intervju i NJ sine lokaler 6. september 2016. Bakgrunnen for valget av dato var at den danske nestlederen i DJ var i Oslo på et møte denne dagen. Intervjuet ble gjennomført som et fellesintervju med begge de to nestlederne. Intervjuets lengde var ca. 45 minutter.

Det å finne journalister/kommunikatører som passet til mine krav var vanskeligere enn jeg hadde forventet, spesielt de danske informantene. Selv om jeg selv har bodd i Danmark en periode, er ikke nettverket mitt stort nok til enkelt å vite hvem som var aktuelle kandidater, og hvordan jeg skulle komme i kontakt med dem. I Norge brukte jeg mitt journalistnettverk for å komme i kontakt med de tre informantene jeg har intervjuet. Det gikk noe lettere enn med de danske informantene. For å komme i kontakt med danske informanter fikk jeg hjelp av omtalte nestleder i DJ, og en journalistkollega i Norge som hadde jobbet og studert i København. Dette resulterte i de tre danske informantene som er med i denne studien. Utvalget blant de norske informantene er redusert fra 5 til 3 for å ha likt antall informanter i begge land.

Kontakten med denne gruppen ble etablert via epost og telefon. Alle informantene fikk så en identisk epost med informasjon om meg, prosjektet og formålet med studien. I tillegg fikk de noen få stikkord om hva jeg ønsket å intervju dem om, og forutsetningene for intervjuet. Jeg sendte like før selve intervjuet med den enkelte, ut en epost med intervjuguiden, slik at de kunne reflektere over disse i forkant av intervjuet. Noen av informantene fikk tilbud om å stille som anonym kilde. Jeg innhentet i denne fasen derfor *informert samtykke* fra alle informantene (Gentikow 2005 s. 64).

Jeg ønsket i utgangspunktet å intervju alle informantene i et ansikt-til-ansikt intervju. Denne intervjumetoden egner seg godt til kvalitative studier fordi den får fram interaksjonen mellom forskeren og informanten, hvor muligheten for å la informanten gå dypere i egne utsagn er

tilstede. (Gentikow 2005 s.84) I og med at informantenes geografiske posisjon var ulik, og denne studiens begrensede tidsramme og økonomiske ramme, ble det nødvendig å gjennomføre flere av intervjuene på telefon. To av de danske informantene og norske Ingeborg Volan ble intervjuet på telefon. Den siste informanten fra Danmark svarte på intervjuguiden i en utfyllende epost.

Dette er selvfølgelig ikke ideelt. Det å ha like forhold under en intervjusetting er selvfølgelig det beste for å kunne sammenligne dem. Jeg føler likevel at telefonintervjuene ikke ble så ulike ansikt-til-ansikt intervjuene. Alle intervjuene varte i rundt 30 minutter, og jeg opplevde alle intervjuobjektene var fokuserte under intervjuet, selv de som ble gjennomført på telefon. Det at jeg i min jobb som journalist har gjennomført et betydelig antall telefonintervjuer mener jeg var en fordel når intervjusettingen ble som den ble. Jeg følte at jeg fikk stilt de oppfølgingsspørsmål som falt naturlig inn, og at tapet av å være i samme rom derfor ikke ble påfallende.

Den danske informanten som besvarte spørsmålene på epost, er derimot en annen sak. Her er det helt klart ulik gjennomføring av intervjuet. Selve intervjuet ble gjennomført ved at jeg sendte informanten spørsmål på epost (som til de andre respondentene), hun besvarte dem på epost tilbake. Det var ikke kontakt med oppfølgingsspørsmål eller presiseringer utover det. Ulempene med et slikt intervju er åpenbart potensielt ufruktbar refleksiv avstand der det er vanskelig å genere rikholdige og detaljerte beskrivelser. Flere har hevdet at en slik avstand kan være positivt når man tar opp intime og følsomme tema (som spiseforstyrrelser o.l.). Det var ikke tilfellet her. Intervjuet omhandlet informantens jobbsituasjon, og refleksjoner rundt faglige og profesjonelle tilnærminger til journalistikk, og dermed ikke særlig intimt eller psykisk krevende (Kvale og Brinkmann 2009 s. 160-161). Ingen av informantene i denne studien gav uttrykk for at de synes det var vanskelig å snakke om de tema jeg tok opp, heller tvert imot. Jeg velger derfor å bruke denne informantens svar i min analyse, da hun hadde gode refleksjoner rundt sentrale spørsmål.

Informanten Geir Terje Ruud kom inn som kilde litt senere i prosessen enn de andre informantene. Jeg mente Ruud sitter på såpass mye relevant kunnskap om begge landene i studien at jeg ønsket å gjennomføre et intervju med han. Også med han opprettet jeg kontakt via telefon, for så å sende han en epost med premissene for intervjuet og en kort intervjuguide. I og med at Ruud er en travel mann, ble intervjuet av han løsere enn de andre intervjuene fordi jeg ikke hadde full oversikt over hvilke deler av tema han hadde kunnskap

eller sterke meninger om. Han skulle heller ikke analyseres opp mot andre informanter (i alle fall ikke så direkte som de andre). Det skapte rom for en mer søkende intervjutill. Som intervjuguiden viser ble Ruud i stor grad stilt spørsmålet; «Hva mener du er forskjellen mellom Danmark og Norge...» om ulike temaer. Intervjuet ble som kjent gjennomført i etterkant av de andre intervjuene 28.9 2016. Jeg brukte kunnskapen fra disse både i forarbeidet, og under intervjuet med Ruud. Dette intervjuet varte i ca 45 minutter.

Jeg forberedte meg godt til selve intervjuene. Jeg hadde ulike tilnærminger til de ulike gruppene av informantene ut i fra hvilken rolle de hadde. Nestlederne i fagforeningen kan i denne sammenhengen regnes for elitekilder, og jeg var observant om dette under intervjuene. Kvale og Brinkmann advarer mot at slike kilder er såpass profesjonelle, og vant til å bli intervjuet, at de kan ha planlagt «innlegg» som kan fremme synspunktene de ønsker å få frem (2009 s. 158-159). Jeg fikk ikke inntrykk av at det preget intervjuene med fagforeningene eller noen av de andre kildene. Jeg stilte likevel konfronterende oppfølgingsspørsmål til alle informantene der jeg ønsket klarere svar, og utfordret deres meninger der jeg følte det var nødvendig. Hvis man legger inn kompetanse på intervjusituasjon, var alle informantene i denne oppgaven elitekilder på sitt hvis. De er alle kjent med intervjusituasjonen selv om journalistene/kommunikatørene stort sett har opptrådt som intervjuere og ikke intervjuobjekter. De har også kunnskap om hvordan et intervju i etterkant vil bli analysert, og kan derfor, bevist eller ubevist, tilpasse sine svar i lys av en slik kunnskap. Dette skiller alle mine informanter fra de fleste andre informanter i profesjonstematiske intervjustudier. Det var derfor en ekstra stor fordel for meg som forsker at jeg har god kjennskap til feltet jeg skulle undersøke og intervjuet som metode.

Slik jeg i ettertid reflekterer over intervjuene jeg gjennomførte, hadde de elementer av både empatisk og konsensussøkende, og aktiv og konfronterende intervjuteknikk (Kvale og Brinkmann 2009).

Alle intervjuene ble tatt opp med lydopptaker (bortsett fra dansk informant på epost), i tillegg til at jeg tok noen notater underveis. Intervjuene ble gjort på dansk og norsk ut i fra informantens eget språk. Forskeren stilte spørsmål på norsk, men oversatte samtidig spørsmålene til dansk hvis noe var uklart. Det var få språklige utfordringer slik jeg vurderer det.

Mitt inntrykk er at alle journalistene var godt forberedt på de temaene jeg tok opp, og at de var engasjerte i forhold til disse.

Jeg ga som nevnt alle journalistene/kommunikatørene anledning til å være anonyme. Denne informasjonen ble gitt i forkant, under og etter selve intervjuet. Jeg presiserte at jeg heller ville ha ærlige og oppriktige svar under anonymitet, enn svar som ble nyansert fordi informanten fryktet at deres oppriktige mening kunne få konsekvenser i forbindelse med nåværende jobb. Noen av informantene ønsket anonymitet, noe jeg respekterte. Det er selvfølgelig to sider av anonymisering. På den ene siden beskytter den informanten fra de eventuelle konsekvenser deltagelsen i studien kan medføre. På den annen side kan den gi forskeren mulighet til tolke deltagernes utsagn uten å bli motsagt (Kvale og Brinkmann s. 90). For de kildene som valgte anonymitet var det viktig for meg som forsker å sikre deres *konfidensialitet* slik at de ikke blir gjenkjennbare for omgivelsene de ønsker anonymitet fra. Dette ble gjennom hele prosessen gjort gjennom sitatsjekk fra hver enkelt, og at informantene godkjente den generelle beskrivelsen som ble brukt om dem i oppgaven. Gjennom denne prosessen ble også *lojaliteten* mellom forsker og informant ivaretatt. Det var ingen konflikter rundt lojaliteten gjennom forskningsprosessen (Gentikow 2005 s. 65-66).

Kildene fra fagforeningene ble ikke tilbudt anonymitet fordi de i denne studien representerer sin organisasjon, og gjennom det må stå for det de uttaler seg om overfor sine medlemmer. Informanten Geir Tore Ruud ble tilbudt anonymitet, men på det sterkeste anbefalt å stille med fullt navn. (Noe han ikke hadde noen betenkeligheter med.) Grunnen er dels at han sitter inne med kunnskap og betraktninger som er svært verdifulle for denne oppgaven, og derfor bør kunne stå for disse offentlig. Som informant er det få som har samme bakgrunn og erfaring, og en anonymisering ville vært svært krevende uten å gå på bekostning av de data som han hadde bidratt med.

## 5.4 Transkribering

Etter intervjuet startet arbeidet med transkribering. Jeg transkriberte alle intervjuene selv. Dette var naturlig i forhold til ressursene en oppgave som dette har. Det er i tillegg fordelaktig for forskeren selv å transkribere fordi man da sikrer detaljene som er relevante for den spesifikke analysen. Allerede under transkriberingen startet prosessen med meningsanalysen (Kvale og Brinkmann 2009 s. 189)



Transkribering i komparativ oppgave der informantene snakker ulike språk, kan være utfordrende. Jeg valgte å transkribere alt på norsk, noe som betød at jeg måtte oversette fra dansk til norsk. Jeg har selv bodd en periode i Danmark, og kjenner det danske språket godt. Jeg mener derfor jeg hadde tilstrekkelig språkkunnskaper til å gjennomføre oversettingen på en tilfredsstillende måte. Det danske og norske språk er relativt likt, med lang felles historie<sup>32</sup>. Noen sitater har jeg likevel valgt å beholde på dansk, fordi det som beskrives best formidles i eget språk. Det er selvfølgelig ord og uttrykk som på de to språk som uttrykker forskjellig mening og også kan ha ulik gradering. Dette har jeg gjennom min kjennskap til begge språk forsøkt å ta hensyn til i analysen.

Rent praktisk transkriberte jeg intervjuene hver for seg. Etter dette satte jeg ulike deler av transkripsjonen opp mot den samme delen i de andre intervjuene i samme informantgruppe. Dette for å lette arbeidet i selve analysen. Etter transkriberingen satt jeg igjen med 74 sider tekst.

## 5.5 Analyse

Intervjuguiden til informantgruppen journalist/kommunikatør ble delt inn i 4 bolker: *egen jobberfaring, bransje-refleksjoner, fagforeningens rolle, og syn på nye utfordringer for journalistikken*. Denne inndelingen gjorde det lettere for meg i analysen på en systematisk måte å se komparativt på de ulike bolkene, istedenfor hvert enkelt spørsmål opp mot hverandre. I selve analysen gjorde jeg en lett versjon av kategorisering, der jeg satte svarene til denne gruppen opp mot hverandre i mild form for kvantifisering. (Utvalget var lite, så om kvantifisering blir riktig begrep kan vel diskuteres.) Her ble de funn og forskjeller som World of Journalism Study avdekket, de overordnede kategoriene. Jeg la i samme del inn en meningsfortetning fra informantene i tilknytning til de valgte kategoriene. Denne inndelingen gav en effektiv pekepinn på de kategorier det var interessant å gå videre med i analysen av intervjuene (Kvale og Brinkmann 2009 kap. 12).

I denne oppgaven driver jeg til en viss grad hypotesetesting, altså om det er forskjeller i synet på PR- og informasjonsbransjen og i synet på journalistisk kultur i Danmark og Norge. Men jeg søker i tillegg etter hvilke ulikheter det eventuelt er snakk om. I analysen kom det raskt fram at en stor del av materialet ikke var relevant for å sammenligne dette, og deler var også

---

<sup>32</sup> <https://snl.no/dansk-norsk>

uttrykk for universelle journalistiske betraktninger som ikke er verdt å vie stor plass i en analysedel. Kvale og Brinkmann advarer mot å havne i en situasjon der man i analysen av intervjuene kun leter og rapporterer de bevis som støtter opp om forskerens hypotese, og dermed ignorerer alt som kan gi andre fortolkninger. De advarer i samme bok om langtekkelige og kjedelige referater fra deler av intervjuet som ikke er særlig interessant for problemstillingen. Dette har jeg forsøkt å etterleve i denne oppgaven (Kvale og Brinkmann 2009).

Anonymiteten jeg valgte å innvilge flere av kildene bød på noen utfordringer da stoffet skulle analyseres. Mange av svarene, hvis gjengitt ordrett, avslørte i stor grad hvem som uttalte dem. Arbeidsgiver, hvilke stoffområdene de jobbet med og saker/hendelser de refererte til, var ofte på et detaljnivå som vil kunne gjenkjennes. Derfor måtte flere av sitatene skrives ned, og enkelte av dem ekskluderes fordi det hadde brutt anonymitetstillitten jeg hadde med informantene. Det førte til at enkelte sitater har blitt forflatet, og ikke speiler det engasjementet som opprinnelig lå i utsagnet. Meningsinnholdet og måten de er pakket inn på, gir forhåpentligvis en god forståelse av det som ble sagt.

I analysen av intervjuene i denne oppgaven har jeg ikke brukt en bestemt analyse- eller intervjumetode. Kvale peker på at mange betydningsfulle intervjuundersøkelser har blitt gjennomført uten bruk av systematiske analyseteknikker. Det kan være vel så viktig å ha god teoretisk kunnskap om tematikken for undersøkelsen og stille kvalifiserte spørsmål under intervjuet, som å «søke tilflukt i spesifikke analytiske verktøy» (2009 kap 14). Jeg føler at jeg som forsker i denne sammenhengen både har de teoretiske perspektivene på temaene i intervjuene som akademiker, og også den praktiske forståelsen av tema gjennom arbeidet som journalist, altså samme livsverden som informantene.

## 5.6 Verifikasjon (forskningens legitimitet)

Kravet til forskningens legitimitet er et omstridt tema for kvalitative studier. *Validitet, reliabilitet, og generaliserbarhet* er ufravikelige metodekrav for kvantitative undersøkelser. Hos kvalitative forskere er det ikke like stor enighet om disse kravene til forskningen bør gjelde for deres forskning (Gentikow 2005 s. 56).

Med *reliabilitet* menes forskningens troverdighet. Det er selvfølgelig at det uansett metode ikke forkommer feil i målingen eller undersøkelsen av et fenomen, og at presentasjonen ikke

preges av vilkårlig utvalg av data som gir et ensidig bilde av fenomenet. Dette passer godt uansett kvalitativ eller kvantitativ metode. Men der det er krav til etterprøvnbarhet i kvantitative studier, for eksempel gjentatte forsøk med samme resultat i laboratorier, kan de samme kravene sjelden oppfylles i en kvalitativ studie. Gentikow presiserer at der en termperaturmåler er et nøyaktig, objektivt og stabilt måleinstrument, er det i kvalitativ forskning forskeren, her intervjueren, som er «måleinstrumentet». Og «måleinstrumentet» måler ikke, forskeren vurderer og fortolker (ibid s. 57-59). Det er en kjent kritikk at kvalitative studier mangler *reliabilitet* fordi de er resultater av ledende spørsmål.

*Validitet* handler om hvorvidt det som undersøkes er av relevans for det som undersøkes. Som for *reliabilitet* testes det for dette ved gjentakende forsøk i kvantitative studier. Her handler det vel så mye om metodiske valg, som valg av utvalg og omfang. Kvale (sitert i Gentikow 2005 s. 60) mener at man «i kvalitativ forskning må bedømme validitet som håndverksmessig kvalitet ved kontinuerlig å kontrollere funnenes tilforlatelighet, sannsynlighet og troverdighet, ved å stille kritiske spørsmål og ved å sette funnene i relasjon til annen forskning på feltet».

*Generaliserbarhet* er kravet om at resultatene av en studie har allmenn gyldighet for et helt felt eller populasjon. Det er sjelden (eller aldri) mulig for en kvalitativ studie fordi utvalget av informanter ikke er representativt. Mangelen på dette punkt er en av de grunnleggende kritikkene mot kvalitativ metode som vitenskapelig. Flere kvalitative forskere har forsøkt å redefinere dette kravet slik at det passer mer til de kvalitative metoders natur. Her har begreper som typiskhet og mangfoldighet blitt foreslått. Andre har foreslått å erstatte kravet om generaliserbarhet med overførbarhet. Thagaard argumenter (også sitert i Gentikow 2005 s. 61) med at; «Overførbarhet har referanse til om tolkninger som er basert på en enkelt undersøkelse også kan gjelde i andre sammenhenger». Gentikow tar derfor til orde for ikke å konkludere bastant i studiene, men heller understreke fenomeners kompleksitet og uferdighet i analysen som en motivasjon for videre studier på tema (Gentikow 2005 s. 60-63). Gentikow argumenterer for at tross alle motforestillinger må man også i kvalitative empiriske studier forsøke å tilfredsstille kravene til *reliabilitet*, *validitet* og *generaliserbarhet*.

Hvordan passer så denne studien til disse kravene? Svarer er delt. Spesielt fordi denne studien også undersøker store kvantitative data parallelt, og til dels som grunnlag for de kvalitative forskningsintervjuene. I denne oppgaven vil de kvantitative data gi generaliserbare svar for hele journaliststanden, mens intervjuene fungerer som en utdypning og refleksjon om hvilke

ulikheter som ligger bak de mer generelle og statiske data. Derfor mener jeg denne studien totalt sett tilfredsstillende de tre kravene til verifikasjon.

Hvis vi likevel isolerer de kvalitative forskningsintervjuene når vi vurderer forskningens legitimitet, støter jeg selvfølgelig på de samme dilemmaene som nevnt over. Utvalget av informanter er lite totalt sett, og er også hentet fra ulike grupper. Dette gjør at denne delen isolert sett ikke kan si å ha særlig generaliserbarhet, hvis man tolker dette kravet strengt også for kvalitative studier. Spesielt gruppen av journalister/kommunikatører kan man ved å se stort på det definere som få representanter av en relativt stor gruppe totalt sett.

Fagforeningsrepresentantene og informanten Ruud representerer spesifikk kompetanse det ikke er mulig å «skape» flere representanter av. Kravet om reliabilitet mener jeg at denne studien oppfyller på god måte, gitt diskusjonen over. Jeg har gjennom hele studien brukt veileder som sparringspartner for valg og innhold, og informantene har fått se og kommentere de sitater og bidrag de er knyttet til. Jeg mener også at oppgaven på en god måte har samsvar mellom metodiske og analytiske valg og den problemstillingen jeg har ønsket å teste. Jeg mener derfor studien tilfredsstillende kravene til validitet.

## **5.7 Forskningsetiske spørsmål**

Intervjuforskning stiller forskeren i en situasjon der man må ta stilling til mange ulike etiske problemstillinger. Forskningsintervjuet er interaktivt, og på den måten blir selve intervjuet og prosessen i forkant fylt med etiske dilemmaer forskeren hele tiden må være observant på (Kvale og Brinkmann 2009). Jeg vil nevne noen generelle utfordringer med komparative studier i neste delkapittel. Jeg har også behandlet flere forskningsetiske spørsmål der det har passet inn tidligere i dette kapittelet.

Et helt åpenbart etisk dilemma i denne studien er forskerens utgangspunkt. Jeg har selv jobbet som journalist i 10 år. Jeg har med den erfaringen oppsøkt informanter i et miljø jeg kjenner godt, og som deler min livsverden i jobbsituasjon. Denne bakgrunnen reiser spørsmål rundt innsider/outsider-problematikk, for meg i denne studien i flere dimensjoner. Den ene er innsider-rollen som journalist. Den andre er det komparative aspektet der jeg som norsk praktiserende journalist har større kunnskap og tilknytning til norske forhold. Jeg har selv bodd i Danmark, og jobbet noe som journalist der, men det var for norske medier. Man kan derfor hevde at jeg har en innsider-utfordring i Norge, outsider-utfordring når jeg ser på

danske forhold. Denne skjevfordelingen kan være utfordrende både i intervjusituasjon og når data skal analyseres. Innsider-rollen er likevel ikke helt total. Informantene journalister/kommunikatører har arbeidet eller arbeider innenfor PR- og informasjonsbransjen. Det har jeg selv ikke gjort, og i og med at mange av temaene går på nettopp det å ha vært eller er i denne bransjen, er det noe jeg ikke selv har erfaring med.

Det å være en insider er nødvendigvis ikke negativt. Gjennom å kjenne egen kultur kan man oppnå forståelse av informantenes situasjon. Det at jeg selv er journalist skaper også autoritet og tillit til faglig forståelse av de opplevelser informantene utleverer i intervjuet. Det kan også gi trygghet hos informantene i selve intervjusituasjonen, og en tillitt til at analysen av intervjuet er godt ivarettatt.

Forskerne Dwyer og Buckle diskuterer insider/outsider-rollen i artikkelen *The Space Between: On Being an Insider-Outsider in Qualitative Research* publisert for noen år siden. De ser på kvalitative studier om foreldregrupper, og diskuterer om man kun må innta den ene eller den andre rollen. Selv om tematikken er en ganske annen, og problemene gjelder en livssituasjon og ikke jobb, har konklusjonen relevans. Forfatterne argumenterer med at man som forsker istedenfor å velge mellom en av rollene, kanskje best opererer i begge samtidig. Argumentet er at man som forsker eller menneske nødvendigvis ikke er fullt ut medlem av en gruppe, men heller ikke fullstendig utenfor. Derfor er en posisjon der man trekker på kunnskapen av å være inne, men samtidig har distansen som outsider «the space between», en god innfallsvinkel (Dwyer og Buckle 2009). Jeg mener denne beskrivelsen passer godt til min posisjon i relasjonen til informantene i denne studien. Jeg er både inne som journalist og en del av den journalistiske kulturen i Norge, men utenfor som kommunikatør og ikke del av den journalistiske kulturen i Danmark. Dette er kanskje en noe søkt og rigid oppstilling, men illustrerer at jeg i min studie sammenligner deler av felt jeg har mer og mindre tilknytning til. Jeg mener jeg gjennom intervjuer og analyse har klart å finne en god middelvei som ikke har preget eller forskjøvet konklusjonene i denne oppgaven. En klar insider/outsider-utfordring er at jeg er medlem av NJ, og da åpenbart ikke i DJ.

Det kan likevel ikke utelukkes at kildene jeg intervjuet ble påvirket av mitt ståsted som norsk journalist. Det kan tenkes at de norske journalistene var litt mer reserverte i sine svar fordi jeg er i samme miljø som dem, og kjenner den norske journalistikken godt. Motsatt kan det hende at de danske journalistene brukte tydeligere beskrivelser fordi de betraktet meg som en outsider. Intervjuene bar et visst preg av dette. De norske journalistene kunne henvise til

institusjoner og hendelser som om vi hadde dem til felles; «som du jo også vet er det slik og slik i den avisen». De danske informantene var flere ganger pedagogiske og opplysende; «her i Danmark er den og den avisen slik og slik». Det var en merkbart forskjell ved gjennomhøring av alle intervjuene. Dette var også merkbart i intervjuet med fagforeningene.

Et forskningsintervju om en persons livsverden kan være utleverende. Det er derfor viktig at informert samtykke, konfidensialitet og lojalitet blir ivaretatt, som nevnt tidligere i dette kapitlet (Gentikow 2005, Kvale og Brinkmann 2009). I min studie intervjues informantene om sin egen jobbsituasjon, og betraktninger av ulike fenomener i den journalistiske kulturen de er en del av. Jeg opplevde under intervjuene at informantene hadde få problemer med å snakke om disse temaene. Det er forskjell på f. eks å snakke om opplevd mobbing på arbeidsplassen, enn opplevd respons fra kollegaer etter bytte av jobb. Noen av respondentene ønsket likevel anonymitet, og jeg har etterstrebet å behandle alle informantene på god måte. En balanse mellom forskningens ønske om å avdekke, og det etiske hensynene til informantens tillitt, har vært svært viktig i arbeidet med denne oppgaven (ibid).

Som journalist selv var selve intervjuer-rollen også en omstilling. Det journalistiske nyhetsintervjuet og forskningsintervjuet har flere likheter, men også mange ulikheter. Der det journalistiske intervjuet ofte har en fastlagt agenda og et spissere (ofte konfronterende) preg, skal forskningsintervjuet være mer nøytralt. Dette var jeg veldig bevisst på å etterleve, og etter transkripsjonen av intervjuene, føler jeg at det i stor grad ble oppfylt. Erfaringen som journalistisk intervjuer var uansett en stor fordel i denne delen av studien. Jeg lyttet til informantenes resonnementer, stilte nøytrale oppfølgingsspørsmål der jeg mente det var påkrevd, og konfronterte informantene med det jeg oppfattet som uklare svar. Jeg opplever derfor at intervjuene ikke etterlot store spørsmål og uklarheter på vesentlige tema. Det var noen uklarheter under intervjuene med fagforeningens representanter. Da disse dukket opp i analysen, kontaktet jeg informantene i etterkant for å få klarhet.

Som et ledd i at sikringen av data ble godt ivaretatt, konsulterte jeg NSD, Norsk senter for forskningsdata; Først med veiledere på nettsiden som ga innsikt i regler og normer for innhenting av data, deretter søkte jeg og fikk godkjenning for prosjektet og måten data ble behandlet på<sup>33</sup>. Godkjennelsen ligger vedlagt oppgaven.

---

<sup>33</sup> [www.nsd.uib.no](http://www.nsd.uib.no)

Mange forskere advarer mot å bruke både kvantitative og kvalitative metoder i samme forskning fordi det blir for stor datainnsamling og kan føre til forflatende resultater (Gentikow 2005). Jeg mener likevel at det i denne oppgaven ikke er problematisk. Den kvalitative metoden jeg bruker i denne oppgaven, intervjuene, blir analysert på bakgrunn av de kvantitative data, og ikke i direkte sammenheng. Jeg mener derfor de er komplementære. Noen forskere tar også til orde for å kombinere flere metoder. Blant annet danske Schrøder som i flere artikler argumenterer for dette (ibid). Både Gentikow og Schrøder forsker primært på medieerfaringer.

## **5.8 utfordringer med komparative studier**

Det er en rekke utfordringer med komparative studier på tvers av landegrenser. Noen av disse blir nevnt der det passer inn i denne oppgaven. Jeg velger likevel å nevne noen generelle utfordringer her.

Ofte blir studier som tar for seg flere land gjort med store kvantitative undersøkelser som sammenliknes på makronivå landene imellom. Det kan gjøre at forskeren ser seg blind på de variasjonene som er mellom landene, og muligens ignorerer forskjeller innad i landene, som kanskje er større (Hovden og Ottosen 2016, Hanitzsch 2009).

Kulturelle og språklige forskjeller er også en utfordring i slike studier fordi de ytre rammene for det studien ser på påvirker resultatene av det man studerer. Disse utfordringene blir større jo større ulikhetene er. Et kjent problem i journalistforskningen er at man ofte tar utgangspunkt i vestens standard og utgangspunkt, som trolig ser helt annerledes ut i andre deler av verden (Hanitzsch 2009). Jeg mener disse utfordringene ikke er så tilstede i denne studien. Danmark og Norge er ganske like språklig og kulturelt, og derfor sammenlignbare på mange områder. Både i WJS og forskningsintervjuene har forskerne hatt fokus på det språklige aspektet som en utfordring.

Jeg har, som nevnt i forrige del, vært opptatt av mitt utgangspunkt som forsker. Jeg er norsk, og derfor er mitt utgangspunkt i Norge. Denne studien er også motivert av en observasjon av forskjeller jeg ønsket å se nærmere på. Det er lett i en slik studie å lete etter forskjeller. Dette gjelder spesielt i studier hvor forskeren har større tilknytning til den ene gruppen (ibid).

Jeg mener jeg i denne studien har tatt høyde for disse utfordringene i innhenting og analyse av dataene.

## **5.9 Oppsummering**

Jeg har i dette kapittelet gått gjennom de metodevalg jeg har gjort i denne studien. Jeg mener de vurderingene som er gjort har ført til at oppgaven fremstår solid metodisk. De grundige overveielsene gjorde at jeg følte meg tryggere på de konklusjoner jeg trekker i denne oppgaven.



## 6 The Worlds of Journalism Study

Både danske og norske journalist- og medieforskere har de siste årene bidratt til den globale undersøkelsen The Worlds of Journalism Study (WJS). Studien ble gjennomført i mer enn 65 land og 27 000 journalister deltok. Målet med undersøkelsen er å danne grunnlag for jevnlig å vurdere tilstanden til journalistikken i hele verden fra en akademisk synsvinkel.

“The Study’s primary objective is to help journalism researchers, practitioners, media managers and policy makers better understand worldviews and changes that are taking place in the professional orientations of journalists, the conditions and limitations under which they operate, as well as the social functions of journalism in a changing world.” - <http://www.worldsofjournalism.org/>

Undersøkelsen er en kvantitativ studie hvor spørsmålene dreier rundt temaer som journalistikkens plass i samfunnet, journalisters etiske oppfatninger og rolleforståelse, og autonomi og innflytelse i nyhetene. Undersøkelsen ble gjennomført i årene 2012 – 2015, og de første rapportene fra de ulike landene som er med blir publisert høsten 2016. Hele datasettet vil bli gjort tilgjengelig 1.5 2019 (WJS 2016).

Journalister i Danmark og Norge er med i undersøkelsen. I Norge var forsker Jan Fredrik Hovden ved Universitetet i Bergen ansvarlig for å samle inn data. I Danmark var det Morten Skovsgaard og Arjen van Dalen ved Syddansk Universitet (SDU) som gjennomførte undersøkelsen. (Se vedlegg X, og WJS Norway)

I dette kapittelet vil jeg først beskrive studiens format og omfang. Deretter vil jeg gå inn på de to hovedkategoriene jeg mener er spesielt relevant for denne oppgaven, viktigheten av journalistiske ideal og etikk, og påvirkning og innflytelse på journalistikken. Jeg skal også ta med en analyse gjort av de nordiske forskerne i WJS, der de sammenlikner de nordiske land med andre land i undersøkelsen og innad i regionen. Jeg vil også gå litt dypere i sammenligningen av Danmark og Norge, før jeg oppsummerer noen av hovedpunktene i denne delen til slutt.

### 6.1 Studiens format

WJS ble gjennomført etter klare metodiske instruksjoner fra forskningsledelsen sentralt (The WJS Center ved LMU Munich), utviklet av hele forskningsnettverket rundt studien i 2010 og

2011. Det metodiske rammeverket ble så omgjort til en felthåndbok som inneholder spesifikke instruksjoner om de mest sentrale aspektene ved studien.

For å gjøre resultatene mer sammenlignbare mellom de deltagende land, ble det stilt flere krav til de nasjonale undersøkelsene. Forskerne i alle land ble pålagt å bruke samme spørreskjema oversatt til eget språk. Det var et krav at de nasjonale resultatene skulle være representative i henhold til feilmargen og variasjon i utvalg (fra alle medier o.l.). Fordi journalist-tittelens betydning varierer i ulike land, ble det utformet en universal definisjon:

“A professional journalist is a person who earns at least 50 percent of his or her income from paid labor for news media and is involved in producing and editing journalistic content as well as in editorial supervision and coordination. Press photographers are journalists by definition, camera operators only when they independently make editorial decisions. Respondents other than professional journalists (such as bloggers and participatory/citizen reporters) fall outside of the definition. Journalists from all kinds of media are included in the selection, including newspapers, magazines, television stations, radio stations, online media and news agencies.” – (WJS, 2016)

Hele forskningsprosessen ble koordinert fra sentralt hold i München, og de kontrollerte også alle de nasjonale data for feil, inkonsekvenser og datasvindel. I løpet av forskningsperioden ble flere land ekskludert fordi spørreskjemaer og feltprosedyrer avvok vesentlig fra det felles metodologiske rammeverket. (WSJ 2016)

## 6.2 Undersøkelsen i Norge og Danmark

Både Norge og Danmark var en del av WJS. Resultatene og analysene for begge land er klare, men enda ikke publisert. I arbeidet med denne oppgaven har de ansvarlige forskerne i begge land sendt meg ytterligere noen tabeller og metoderapport fra deler av undersøkelsen (Vedlegg X og Y).

I både Danmark og Norge valgte man å gjennomføre studien med et elektronisk spørreskjema. Andre land valgte andre måter å gjennomføre studien på. Ut ifra den universale definisjonen av en journalist, samarbeidet både de danske og norske forskerne med de nasjonale fagforeningene, Dansk journalistforbund (DJ) og Norsk journalistlag (NJ), for å finne deltagere til studien. Det var et sterkt ønske fra forskningsledelsen at det skulle være

tilstrekkelig mange respondenter for at resultatene skal være representative for journaliststanden i begge land.

Ut ifra metoderapportene ble utvalget nøye silt ut for å treffe den ønskede målgruppen, og variasjonen i denne. I Danmark var det en mer omfattende jobb fordi DJ også organiserer kommunikasjonsrådgivere. Det var viktig å fjerne disse fra undersøkelsen fordi flere av spørsmålene omhandlet forholdet til ulike yrkesgrupper, inkludert kommunikasjonsmedarbeidere i ulike stillinger. Både de norske og danske forskerne mener utvelgelsen resulterte i godt representative utvalg, med 791 respondenter i Norge, 1362 i Danmark. Likevel er svarprosenten spesielt lav i den danske undersøkelsen med 19 prosent, mens den er noe høyere i Norge, 36 prosent. Få respondenter kan være problematisk og føre til uønskede skjevheter i utvalget, men de danske forskerne mener utvalget er representativt når de sjekker for dette. Svarprosenten i seg selv er heller ikke eneste indikator på skjevhet i store kvantitative undersøkelser<sup>34</sup>(Vedlegg X og Y).

Oversettelsen av spørsmålene i spørreskjemaet ble gjort lokalt i begge land. Den danske (og svenske) oversettelsen bygger i stor grad på den norske, som ble oversatt først. Det gjør at jeg i denne analysen vurderer data fra undersøkelsen med lik verdi, og vil i oppgaven presentere spørsmålene med norsk ordlyd.

Undersøkelsene ble gjort på ulike tidspunkt i de to landene. Den norske ble gjennomført i 2013, mens den danske ble gjennomført først i 2015. Det kan gi noen skjevheter når dataene skal analyseres sammen, likevel var spørsmålene denne oppgaven fokuserer på av en mer generell karakter som ikke antas å endre seg radikalt over en kort tidsperiode. Begge resultatene er også godkjent av den sentrale forskningsledelsen i WJS som valide (vedlegg X og Y).

## 6.3 Resultater

Av de mange kategoriene i undersøkelsen har jeg valgt ut to av kategoriene jeg synes var spesielt relevant for problemstillingen(e) i denne oppgaven, de to lands ulike syn på PR- og informasjonsbransjen og journalistrollen. Kategoriene var *Journalistiske ideal og holdninger* og *Påvirkninger og innflytelser på journalistikken*.

---

<sup>34</sup> <http://forskning.no/meninger/kronikk/2016/06/lave-svarprosjenter-forer-ikke-nodvendigvis-til-skjeve-resultater>

I min analyse av svarene i disse kategoriene vil jeg gjøre noen enkle sammenligninger av enkeltspørsmål i undersøkelsen, og en grov sammenligning av de to kategoriene samlet. Hovedgrunnen til dette er at jeg ikke har tilgjengelig rådata fra hele undersøkelsen, og at en så stor undersøkelse vil være for omfattende i forhold til de svarene man kan hente ut av denne. Jeg har også fått tilsendt bearbeidet datasett, som jeg etter å ha studert metoderapportene anser som solide (Vedlegg X og Y).

## 6.4 Journalistiske ideal og holdninger

Journalistiske idealer og etikk er svært viktig i journalistiske kulturer verden over. Mange internasjonale studier har konkludert med at det er oppsiktsvekkende store likheter i journalistenes faglige rolleforståelse, etiske synspunkter, redaksjonelle prosedyrer og sosialiseringssystemer i land fra alle verdenshjørner og politiske- og mediesystemer (Hanitzsch m.fl. 2011). Mange medieforskere har pekt på at det de siste ti-årene har vært en utvikling der den profesjonelle journalistiske kulturen dras mot en universell standard over hele verden, med objektivitet og nøytralitet som viktige kvaliteter (ibid, Hallin og Mancini 2004). Likevel har flere studier også konkludert med at det er betydelig forskjell i rolleoppfattelsen blant journalister innenfor de samme mediesystemene i vesten, selv om dette ikke i så stor grad har dreid seg om journalistisk etikk spesifikt (Hanitzsch m.fl. 2011).

I kategorien om ideal og holdninger i WJS (tabell 3.1-3.4) går spørsmålene på viktigheten av profesjonelle etiske normer i den enkelte journalists jobbsituasjon. Respondentene skulle i denne delen si seg enig, eller uenig, i en påstand gradert i 5 svaralternativ, fra svært enig til svært uenig (Likert-skala). I gjennomsnittsberegningen er svært uenig gradert til 1, og videre oppover til svært enig som er gradert til 5. *Vet ikke* var også et alternativ, men dette svaret fikk ingen verdi som påvirket gjennomsnittet. Det var en svært liten andel som svarte *vet ikke* i denne delen av undersøkelsen. Kategorien *usikker* dekker nok også inn noen av de som kunne tenkes å svare *vet ikke* til påstandene. Dette er et spørsmål som kan skape noe metodiske usikker med tanke på validitet, fordi det kan tenkes at respondentene har besvart spørsmålet mer partikulært, enn universelt. I felthåndboka er det påpekt at det i dette spørsmålet legges vekt på det normative aspektet av etikk, altså hvordan det bør være<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> C13 - [http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/user\\_upload/Field\\_Manual\\_1.3.pdf](http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/user_upload/Field_Manual_1.3.pdf)

Som tabellene viser kan man se den samme tendensen i svarene fra de to land. Både norske og danske journalister viser generelt en sterk forpliktelse til faglig standarder for etikk. Likevel er det en klar tendens at flere danske journalister er uenige i påstandene de skulle ta stilling til.

Spesielt spørsmålet; *Journalisten bør alltid følge profesjonelle etiske normer, uavhengig av situasjon og kontekst*, skiller klart mellom de to land (Tabell 3.1). Nesten samtlige av de norske journalistene er enige i utsagnet, mens kun litt over 75 prosent av de danske journalistene er det. Faktisk er nesten 15 prosent svært eller nokså uenig i at journalister alltid skal følge etiske normer, uavhengig av situasjon og kontekst. På dette spørsmålet skiller faktisk Danmark seg ut som et av de landene med den laveste prosentandelen blant alle landene i WJS.<sup>36</sup>

**Journalisten bør alltid følge profesjonelle etiske normer, uavhengig av  
situasjon og kontekst**

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse Norge - Danmark	
Valid	Svært uenig	0	3,5	-3,5	
	Nokså uenig	1	10,7	-9,7	
	Usikker	2	9,9	-7,9	
	Nokså enig	23	36,6	-13,6	
	Svært enig	73	39,2	33,8	
	Gjennomsnitt	4,68	3,98		
Total		99	99,9		

Tabell 3.1

<sup>36</sup>[http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Data\\_tables\\_documentation/WJS\\_Ethical\\_orientations\\_-\\_aggregated.pdf](http://www.worldsofjournalism.org/fileadmin/Data_tables_documentation/WJS_Ethical_orientations_-_aggregated.pdf)

På de andre påstandene er ikke forskjellene like tydelig, men generelt er de danske journalistene litt mer uenig i påstandene enn det de norske er. Flere danske journalister er uenig i at hva som er etisk i journalistikken avhenger av situasjonen, og at etikk er en skjønnsmessig vurdering. (tabell 3.2 og 3.3)

Over halvparten av journalistene i Danmark mener også at det er akseptabelt å tilsidesette moralske normer dersom ekstraordinære forhold krever det. Kun 26 prosent av de norske journalistene svarer det samme.

#### Hva som er etisk korrekt i journalistikken avhenger av den enkelte situasjon

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse Norge - Danmark	
Valid	Svært uenig	14	15,3	-1,3	
	Nokså uenig	22	24,4	-2,4	
	Usikker	9	14	-5	
	Nokså enig	37	34,3	2,7	
	Svært enig	16	11,4	4,7	
	Gjennomsnitt	3,17	3,02		
Total		100	100,0		

Tabell 3.2

#### Hva som er etisk korrekt i journalistikken er en skjønnsmessig vurdering

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse Norge - Danmark	
Valid	Svært uenig	18	25,8	-7,8	
	Nokså uenig	28	32,7	-4,7	
	Usikker	11	14	-3	
	Nokså enig	34	23,6	10,4	
	Svært enig	9	3,8	5,2	
	Gjennomsnitt	2,86	2,47		
Total		100	100,0		

Tabell 3.3

## 6.5 Innflytelse og påvirkning

Det er i likhet med journalistisk kultur forsket mye på journalistisk autonomi de siste ti-årene. Mange journalist- og medieforskere har etablert flere teoretiske modeller for å måle hvilken grad og hvordan journalister blir påvirket, og hvem som har innflytelse på dem. Journalistisk frihet er sett på som et av de mest grunnleggende kravene for journalistisk praksis og journalistens mulighet til å gjennomføre sin sosiale funksjon (Hanitzsch and Mellado 2011 s. 405 (2)).

De fleste av studiene som er gjort om innflytelse på journalistikken, har sett på den objektive påvirkningen, ikke den opplevde påvirkningen blant journalistene (slik som WJS gjør).

Professor Hanitzsch og førsteamanuensis Claudio Mellado undersøkte i en artikkel i 2011 journalistenes perspektiv i en komparativ studie av 18 land spredd over hele verden. De tok utgangspunkt i en modell fra Hanitzschs tidligere studier hvor han etablerte seks ulike områder (klynger/dimensjoner) for innflytelse på journalistikken (Hanitzsch and Mellado 2011):

- **Politiske innflytelser:** Inkluderer myndighetspersoner og politikere, sensur og også interesser f. eks. i det private næringslivet som ønsker å påvirke lovgivning osv.
  - **Økonomisk innflytelser:** Her inkluderes profittforventninger i mediehuset, hensynet til annonsering, og behovene til annonsørene, og generell markedstilpasning
  - **Organisatoriske innflytelser:** Redaksjonelle avgjørelser, med påvirkning både fra redaktør og medieiere.
  - **Prosessuelle påvirkninger:** Begrensinger på journalistenes arbeid, som begrenset tid og rom, og også redaksjonelle rutiner.
  - **Profesjonelle innflytelser:** Referer til retningslinjer, og yrkesvaner generelt og spesifikt. Opplevd påvirkning av medielover hører også inn under denne kategorien.
  - **Referansegrupper:** utgjør en egen dimensjon som inkluderer ulike kilder til innflytelse, på tvers av profesjonelle grupper (kolleger i andre medier, konkurrerende nyhetsorganisasjoner og publikum) og private (venner, bekjente og familie).
- (ibid s.406-407 (3-4))

I analysen fant Hanitzsch et hierarki av disse dimensjonene der organisatoriske, profesjonelle og prosessuelle påvirkninger opplevdes kraftigere enn politisk og økonomisk innflytelse.

Resultatene i den globale studien bekreftet dette at dette hierarkiet var synlig i de fleste land i undersøkelsen (ibid).

Undersøkelsen (som ble gjort ved spørreundersøkelse, slik som WJS) viste at det var stor variasjon i hvordan journalister i ulike land opplevde politisk og økonomisk innflytelse. Hverken Danmark eller Norge var med i studien, men land som tilhører den demokratisk korporative modellen (Hallin og Mancini 2004), som Tyskland, Østerrike og Sveits, var landene der journalistene opplevde minst påvirkning fra disse faktorene (Hanitzsch and Mellado 2011).

I WJS skulle respondentene vurdere hvilken grad av påvirkning og innflytelser en rekke faktorer og institusjoner har på journalistikken. I denne delen ble de presentert for spørsmålet; *Her er en liste over potensielle kilder til påvirkning. Hvor mye/lite påvirkning har de enkelte på ditt arbeid?* Dette spørsmålet ble stilt to ganger med underliggende opplisting av potensielle påvirkere. Det første spørsmålet handler om påvirkning internt i mediebedriften, som redaksjonelle ledere, reklamehensyn, tidsfrister, forventning om inntjening osv. Det andre spørsmålet handler om påvirkning fra eksterne kilder som venner og familie, medielover og profesjonsetiske regler, politikere, PR osv. (Se tabell 5.1 lenger ned for hele oversikten)

Respondentene ble bedt om å ta stilling til hvor stor grad av innflytelse de ulike kildene har for deres arbeid. Også her fikk respondentene fem alternativer, der *ingen innflytelse* ble gradert til 1, mens *ekstremt stor innflytelse* ble gradert til 5. (Likert-skala) Dette danner grunnlaget for gjennomsnittsberegningen.

Det var i tillegg to kategorier som ikke var vektlagt i gjennomsnittsberegningen, *vet ikke* og *ikke relevant for mitt arbeid*. I de to ulike datasettene fra Norge og Danmark er det noe forskjellig utregning av prosentene. I det danske datasettet er det oppgitt prosent ut ifra de som har besvart et alternativ med verdi, og en prosentrekke der også de svarene som er refusert, og *vet ikke*-svarene er med. I det norske datasettet er alternativene som gir verdi og de som svarte *vet ikke* regnet sammen (se vedlegg X og Y). Etter forespørsel til forsker Jan Fredrik Hovden fikk jeg i september 2016 tilsendt et datasett som gir likt sammenlikningsgrunnlag for de norske og danske data. Tallene i denne samsvarer med kolonnen *Valid Percent* i vedlegg X.



Også her må vi være vaksomme for ulike tolkninger av spørsmålene. Selv om det i formuleringen her går klart fram at det er innflytelse «på ditt arbeid» det spørres om (noe som kan virke usikkert i spørsmålene rundt etikk), kan det her være usikkerhet om påvirkningen er kognitiv eller reell. Altså om man tror at man blir påvirket, eller om man faktisk blir det. Her er spørsmålene formulert slik at respondentene skal vurdere ut i fra sine følelser, opplevelsen av påvirkning. Om påvirkningen er reell kan derfor ikke avdekkes i et slikt spørsmål, altså om det til slutt påvirker det journalistiske produktet til den enkelte journalist objektivt.

### Hvilken grad av innflytelse har de enkelte på ditt arbeid?

#### Medielover og profesjonsetiske regler (f.eks. Vær Varsomplakaten)

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse % Norge - Danmark	
Valid	Ingen innflytelse	1,5	16,9	-15,4	
	Liten innflytelse	8,2	26,6	-18,4	
	Nokså stor innflytelse	31,8	28,3	3,5	
	Veldig stor innflytelse	42,7	19,8	22,9	
	Ekstremt stor innflytelse	15,9	8,4	7,5	
	Gjennomsnitt (mean)	3,63	2,76		
Total		100,1	100		

Tabell 4.1

### Hvilken grad av innflytelse har de enkelte på ditt arbeid?

#### PR

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse % Norge - Danmark	
Valid	Ingen innflytelse	33,6	25,7	7,9	
	Liten innflytelse	48,9	37,3	11,6	
	Nokså stor innflytelse	14,7	27,9	-13,2	
	Veldig stor innflytelse	2,2	6,7	-4,5	
	Ekstremt stor innflytelse	0,6	2,7	-2,1	
	Gjennomsnitt (mean)	1,87	2,23		
Total		100	100		

Tabell 4.2

## Hvilken grad av innflytelse har de enkelte på ditt arbeid?

### Forholdet til nyhetskilder

		Prosent Norge	Prosent Danmark	Differanse % Norge - Danmark	
Valid	Ingen innflytelse	12,6	7,5	5,1	
	Liten innflytelse	28,6	16,3	12,3	
	Nokså stor innflytelse	40,9	32,5	8,4	
	Veldig stor innflytelse	14,9	29,9	-15	
	Ekstremt stor innflytelse	3	13,8	-10,8	
	Gjennomsnitt (mean)	3,63	2,76		
Total		100	100		

Tabell 4.3

Spørsmålet om hvilken grad av påvirkning *Medielover og profesjonsetiske regler (f.eks. Vær Varsomplakaten)* (Tabell 4.1) har for journalistens arbeid, vektlegges svært ulikt blant danske og norske journalister. Over 40 prosent av de danske journalistene mener dette har liten eller ingen innflytelse på deres arbeid, mens kun 9 prosent av de norske svarer det samme. 58 prosent av journalistene i Norge mener medielover og profesjonsetiske regler har veldig stor eller ekstremt stor innflytelse. I Danmark svarer kun 26 prosent dette.

Svarene på dette spørsmålet viser et klart skille mellom de to landene, selv om medielovene og det etiske regelverket er tilnærmet lik i begge land (Hallin og Mancini 2004, Hovden 2016, in review).

Påvirkningen fra PR er et av de sentrale spørsmålene i denne oppgaven. I denne sammenhengen dekker PR både private PR-byråer, infomedarbeidere med spesifikk oppdragsgiver og talsmenn for regjeringen, politiske partier osv. WJS viser at også flere danske enn norske journalister svarer at de opplever påvirkning fra PR i det daglige arbeidet. (Tabell 4.2) 34 prosent svarer at PR har nokså, veldig, eller ekstremt stor innflytelse, i Norge svarer 18 prosent det samme. Kun 3 prosent svarer veldig eller ekstremt stor innflytelse i den norske undersøkelsen.

*Forholdet til nyhetskilder* (tabell 4.3) skiller også klart. Over 40 prosent av de danske journalistene mener disse har veldig, eller ekstremt stor innflytelse, mot 17 prosent i Norge.

<b>Norge</b> (Gjennomsnitt/prosent - veldig og ekstremt stor innflytelse)	<b>Danmark</b> (Gjennomsnitt/prosent - veldig og ekstremt stor innflytelse)
Journalistikkens etiske normer (3,88/75,0 %)	Journalistikkens etiske normer (3,95/70,7 %)
<b>Informasjonstilgang (3,67/60,6 %)</b>	Tidsfrister (3,87/66,1 %)
<b>Medielover og profesjonsetiske regler (3,63/57,5 %)</b>	Redaksjonelle retningslinjer (3,63/59,7 %)
Redaksjonelle retningslinjer (3,46/53,3 %)	<b>Tilgang til verktøy for informasjonssamling (3,60/56,0 %)</b>
Tidsfrister (3,51/50,3 %)	Overordnede i redaksjonen (3,47/51,5 %)
Personlige verdier og overbevisninger (3,41/43,4 %)	Personlige verdier og overbevisninger (3,47/49,8 %)
Overordnede i redaksjonen (3,17/35,3 %)	<b>Forholdet til nyhetskilder (3,26/43,7 %)</b>
Kollegaer i redaksjonen (3,10/27,5 %)	Kollegaer i redaksjonen (3,24/41,7 %)
<b>Tilgang til verktøy for informasjonssamling (2,74/20,3 %)</b>	<b>Informasjonstilgang (2,96/33,4 %)</b>
<b>Forholdet til nyhetskilder (2,67/17,0 %)</b>	<b>Medielover og profesjonsetiske regler (2,76/28,2 %)</b>
Konkurrerende nyhetsmedier (2,63/12,9 %)	<b>Ikke-redaksjonelle ledere i mediebedriften (2,74/26,3 %)</b>
Tilbakemelding fra publikum (2,73/12,2 %)	Publikums-/markedsundersøkelser (2,66/21,1 %)
Publikums-/markedsundersøkelser (2,28/10,4 %)	Tilbakemelding fra publikum (2,65/19,1 %)
Forventninger om inntjening (1,83/7,9 %)	Forventninger om inntjening (2,24/17,6 %)
Venner, bekjente og familie (2,20/5,2 %)	<b>Mediebedriftens eiere (2,03/14,3 %)</b>
Politikere (1,93/5,2 %)	Konkurrerende nyhetsmedier (2,43/13,2 %)
Ansatte i offentlig forvaltning (1,84/3,9 %)	Pressgrupper (2,10/10,2 %)
Kollegaer i andre medier (2,16/3,4 %)	Politikere (2,05/10,2 %)
<b>Mediebedriftens eiere (1,53/3,2 %)</b>	PR (2,23/9,0 %)
Annonse- og reklamehensyn (1,47/3,2 %)	Forretningsfolk (1,85/7,3 %)
Sensur (1,56/3,1 %)	Ansatte i offentlig forvaltning (1,88/6,9 %)
PR (1,87/2,7 %)	Annonse- og reklamehensyn (1,66/6,6 %)
<b>Ikke-redaksjonelle ledere i mediebedriften (1,74/2,7 %)</b>	Kollegaer i andre medier (1,93/5,8 %)
Forretningsfolk (1,66/2,2 %)	Venner, bekjente og familie (1,89/5,4 %)
Pressgrupper (1,82/1,8 %)	Sensur (1,29/1,2 %)
<b>Mean-Mean: 2,4996</b>	<b>Mean-Mean: 2,6336</b>

Tabell 5.1 Spørsmål der gjennomsnittet av svarene skiller >0,5, er **uthevet**.

Tabell 5.1 viser alle potensielle kilder til påvirkning og innflytelse som ble presentert respondentene i undersøkelsen. Her rangeres det fra mest innflytelse, til minst innflytelse for begge land. Som vi ser har de to kolonnene klare likhetstrekk. I begge land er *journalistikkens etiske normer* rangert som det som påvirker mest. *Tidsfrister og redaksjonelle retningslinjer* påvirker arbeidet til en stor andel i begge land, og noe høyere i Danmark. I Norge har *informasjonstilgang og medielover og profesjonsetiske regler* enda større innflytelse, mens i Danmark havner disse lenger ned på listen. (som vi også har sett i tabell 4.1)

Vi kan også se en klar forskjell i påvirkningen fra *ikke-redaksjonelle ledere* og *mediebedriftens eiere*. Flere enn 1 av 4 av de danske journalistene svarer at ikke-redaksjonelle ledere har veldig eller ekstremt stor påvirkning på deres arbeid, kun 2,7 prosent av de norske mener det samme. Det er også langt flere danske journalister som føler at mediebedriftens eiere påvirker deres arbeid.

*Informasjonstilgang* er i denne sammenhengen henvisning til «the availability of information provided by authorities and officials.» (definisjon i Field Manual for WJS 2012). Her kan muligens ulikheten forklares i Danmarks strenge offentlighetslov, som regnes Nordens strengeste<sup>37</sup>. Svarene i undersøkelsen om denne innflytelseskilden er likevel vanskelig å tolke. Det at de danske journalistene mener dette har betydelig mindre innflytelse enn de norske, kan enten være et uttrykk for at dette ikke betyr så mye for deres arbeid, men det kan også være et uttrykk for at dette har liten innflytelse fordi det er vanskelig å få ut informasjon fra de offentlige myndigheter. Den nye offentlighetsloven har vært en stor debatt i den danske pressedebatten de senere år<sup>38</sup>.

Det er en synlig tendens til at de danske journalistene svarer veldig eller ekstremt stor innflytelse på de fleste svaralternativene. Kildene til innflytelse og påvirkning kan ut ifra grunnleggende journalistiske idealer tolkes både positivt (etiske normer, medielover og redaksjonelle retningslinjer) og negativt (sensur, annonse- og reklamehensyn, PR). Derfor er det vanskelig å trekke ut en klar tendens ved å regne gjennomsnittet av gjennomsnittene (Mean-Mean). Men hvis man ser på prosentandelen som valgte svaralternativene *veldig eller ekstremt stor innflytelse*, er det en gjennomgående tendens at en større andel av de danske journalistene har valgt disse.

---

<sup>37</sup> <http://presse.no/offentlighet-nyhet/strid-om-dansk-innsynslov/> , <http://berntolufsen.vg.no/tag/apenhet/>

<sup>38</sup> <http://www.dr.dk/nyheder/indland/offentlighedslov-revses-paa-twitter-trist-pinligt-et-tilbageskridt>,  
<http://www.politiko.dk/nyheder/boedskovs-fortrolige-rum-paa-kollisionskurs-med-eu>

Det kan tyde på at danske journalister i større grad enn de norske opplever intern og ekstern påvirkning i sin jobbsituasjon. Både det at mange føler seg forpliktet av etiske normer og redaksjonelle retningslinjer, og opplever at tidspress påvirker deres arbeid, men også at interne faktorer i egen mediebedrift og eksterne påvirkere som PR, politikere og pressgrupper har innflytelse.

Hvis vi ser på tabell 5.1 bekrefter den hierarki-inndeling i Hanitzsch modell, for begge land, noe som bekrefter tidligere studier på dette området (Hanitzsch and Mellado 2011).

En annen del av undersøkelsen viser likevel at en stor andel av journalistene i begge land opplever lik grad av frihet når det gjelder å velge ut nyhetshistorier, og hvordan disse skal vinkles. (WJS 2016)

Dette kan virke noe motstridene, men må ses på i lys av at journalistenes normative forestilling av hva journalistikk skal være, i praksis er noe annet enn prosessen mot, og hva som faktisk ender med, å bli publisert (Albæk mfl. 2015, kap 3).

En interessant opplysning som kommer fram i undersøkelsen er at betydelig flere av de danske journalistene (82,2 %) enn de norske (64,3 %) har utdanning innenfor journalistikk og/eller media. Andelen med utdanning generelt er høy i begge land, 93,2 % i Danmark og 89,3 % i Norge. Utdanning innenfor fagfeltet er et av de viktige profesjonskriteriene, og en viktig institusjon for utvikling og definering av felles profesjonsverdier og journalistiske idealer. (ref.: Ottosen 2004)

Sett i lys av tendensen til at danske journalister setter klassiske journalistiske idealer og holdninger noe lavere enn de norske, og at de i større grad lar seg påvirke av kilder og ikke-redaksjonelle beslutningstagere (eks: PR/Nyhetskilder og medieiere/ledere) som kan bidra til å svekke egen journalistisk integritet, er dette to motstridende funn i undersøkelsen. I og med at undersøkelsen ikke er ferdig analysert, er ikke data som kan si noe om korrelasjon mellom utdanning og svarene på de andre spørsmålene jeg har behandlet tilgjengelige.

En sammenligning av effekten av utdanning på etikk og rolleforståelse i en rekke land land, deriblant Norge, Finland og USA (den demokratisk korporative og liberale modellen), viser imidlertid at det ikke er noen klar sammenheng mellom utdanning og synet på disse tema. Det er arbeidsplassen som har den sterkeste innflytelsen på journalistene på disse områdene (Epp m.fl. 2016, forelesning).

## 6.6 Nordisk studie av Worlds of Journalism Study

I slutfasen av The World of Journalism Study har de nasjonalt ansvarlige i de nordiske landene gått sammen om artikkelen *A welfare state of mind? Nordic journalists' conception of their role and autonomy in international context*. Her analyserer de resultatene fra Norden opp mot de andre landene i undersøkelsen, men også mellom landene i regionen. Artikkelen er ikke publisert, men er til andregangs gjennomsyn hos Journalism Studies. Jeg har fått tillatelse av artikkelforfatteren (Hovden) til å referere funnene i denne oppgaven. (Artikkelen er trolig publisert da denne oppgaven blir innlevert)

Hovden og co vurderer i artikkelen om tradisjoner i velferdsstaten og demokratisk korporatisme er reflektert i de nordiske journalistenes synspunkter. De stiller spørsmålet om man kan henge på en merkelapp om en «velferdsstats journalistikk» for å beskrive synspunktene til nordiske journalister (Hovden 2016 s 2, in review) De siste årene har flere nordiske medieforskere studert fenomenet om en felles nordisk mediemodell, med ulike konklusjoner (Nord 2012, Ohlsson 2015 med flere. Se kap...)

For å analysere dette har de tatt tak i de nordiske journalistens rolleforståelse satt inn i en modell av tidligere omtalte professor Thomas Hanitzsch. Han deler journalister inn i 4 kulturelle grupper etter pilotstudien av WJS i 2011. I den nordiske artikkelen er gruppene referert slik:

“**Detached watchdogs** want to criticize those in power; **critical change agents** want to influence public opinion and advocate for social change; **opportunistic facilitators** want to support those in power; and **populist disseminators** are mainly interested in reaching a large audience.” (Hovden 2016 s. 6, in review)

Forskerne valgte ut to spørsmål fra kategorien *Hvor viktig er følgende for ditt arbeid?* i WJS som de mente passet inn i de ulike rollene. På spørsmålet skulle respondentene rangere rundt 20 rolledefinisjoner på en 5-punktskala (Likert-skala) fra uvesentlig til ekstremt viktig.

Forskerne forventet at de nordiske journalistene skulle plassere seg i rollen som Detached watchdogs og til en viss grad Critical changes agents. Det var forventet lav oppslutning om verdien som støtter Opportunist facilitator-rollen. Forventningene var delt når det gjaldt Populist disseminator-rollen. På den ene siden har de nordiske land en sterk

allmennkringkastingstradisjon der det å nå ut til «alle» er et viktig mål. Samtidig er det å «tilfredsstille massene» sett på som å gi etter for kommersielt press. (ibid)

Ved bruk av faktoranalyse og en multippel regresjonsanalyse, med spesiell vekt på sammenhengen mellom faglig orientering og «the distinct systemic conditions», undersøkte forskerne data fra WJS. De så også på i hvilken grad nordiske journalister lar seg påvirke av politiske og økonomiske interesser.

Hovedkonklusjonen i artikkelen er at nordiske journalister deler en profesjonell visjon der de i stor grad ser seg som Detached watchdogs, og avviser Opportunist facilitator-rollen.

Artikkelen konkluderer også med at journalister i Norden i liten grad lar seg påvirke av økonomiske og politiske interesser, sammenlignet med andre land i undersøkelsen. Forskerne mener journalistenes rolleforståelse i stor grad reflekterer sentrale kjennetegn ved den politiske kulturen og mediesystemet de arbeider i (les Hallin og Mancini, 2004) (Hovden 2016, in review, for detaljer i undersøkelsen og utfyllende konklusjon).

På tross av den overordnede konklusjonen er det noen (overaskende store) variasjoner mellom de nordiske landene. Spesielt rolleforståelsen ga ulike utslag. I Danmark og Sverige er Detached watchdog-rollen den klart viktigste for journalistene, og de avviser klart Opportunist facilitator-rollen. For Norge er det vanskeligere å trekke konklusjoner ut av svarene. Oppslutningen om Detached watchdog-rollen er betydelig lavere enn i Danmark og Sverige, og klart lavest blant de nordiske landene. Faktisk er de norske journalistene mindre tilknyttet til denne rollen enn andre land med pressefrihet i undersøkelsen. Kontroll mot andre faktorer som kjønn, arbeidssted, arbeidssituasjon viste at forskjellen ikke kan forklares av ulikheter i selve utvalget. De norske journalistene likestiller faktisk Detached watchdog-rollen med Critical change agents og Populist disseminators. Critical change agents-rollen vektlegges på lik linje som i Danmark og Sverige, mens rollen som Populist disseminators vektlegges noe sterkere. Også Norge avviser Opportunist facilitator-rollen, men ikke signifikant lavere enn andre land med pressefrihet. (Se Hovden 2016 s.10-12, in review og tilhørende tabeller for detaljert informasjon)

Artikkelforfatterne gjør ingen forsøk på å forklare hvorfor de norske journalistene skiller seg så tydelig fra de andre nordiske journalistene. Formålet med artikkelen er å se på de nordiske landene samlet opp mot andre land i undersøkelsen.

Jeg velger likevel å se litt nærmere på den (relativt) betydelige forskjellene mellom de danske og norske journalistene når det gjelder rolleforståelsen Detached watchdog. Her var gjennomsnittsvaret til de danske journalistene 4.11, mens det for de norske var nede i 2.94 (på 5-punkt skala). For denne rollen valgte forskerne å plassere spørsmålene om *overvåke og granske politiske ledere*, og *overvåke og granske næringslivet*. Totalscoren på kategorien ble satt sammen av et gjennomsnitt av de to. For å se om det kan være store variasjoner i svarene på de to spørsmålene, har jeg gått tilbake for å se på svarene på de to enkeltspørsmålene (WJS 2016). Denne kontrollen gav imidlertid ingen tegn til at avvik. Svarene fra begge land, på begge spørsmål, ligger svært nær hverandre, og da naturlig også gjennomsnittet.

Under denne kategorien var det langt flere roller journalistene skulle ta stilling til, enn de som er med i de 4 modellene presentert over. En grundigere definisjon av kategorien Detached watchdog, kan være nyttig for å se om flere av spørsmålene i denne kategorien (ca. 20) passer inn i rollen. (WJS 2016, C12) Thomas Hanitzsch definerer Detached Watchdog som; "dedicated to objectivity, neutrality, fairness, and impartiality". De har interesse for å fore publikum med politisk informasjon, setter posisjon som frittstående observatør av hendelser høyt, og de ser seg selv som vaktbikkjer av eliter (skeptisk og kritisk holdning). (Oversatt fra Hanitzsch 2011)

Spørsmålet; *Være en kritiker av regjeringen* kvalifiserer åpenbart inn under denne definisjonen. (man kan argumentere for at denne rollen har et endringsønske (opposisjon) snarere enn kritiker-rolle, og dermed kanskje også ville passet inn under Critical change agents)

Også rollen som informatører av politikk kan undersøkes her. *Gi folk informasjonen de trenger for å ta politiske beslutninger* og *Motivere til politisk aktivitet og deltagelse*.

Et blikk på svarene under rollen *Være en kritiker av regjeringen*, styrker heller enn svekker observasjonen i artikkelen til Hovden. De danske journalistene (snitt 3.25) vektlegger dette mindre enn de to spørsmålene som Detached watchdog-rollen bygger på. De norske journalistene (snutt 2.56) vektlegger det imidlertid enda mindre.

Tilknytningen til rollen *Gi folk informasjonen de trenger for å ta politiske beslutninger*, styrker klart observasjonen av forskjellen mellom danske og norske journalister. Selv om noen flere av de norske journalistene mener dette oppdraget er viktigere enn snittet på de to spørsmålene i Detached watchdog-rollen (3.10), er forskjellen liten. Et stort flertall av de



danske journalistene mener faktisk at denne rollen er enda viktigere enn de to spørsmålene (4.42).

Viktigheten av å *Motivere til politisk aktivitet og deltagelse* vektlegges relativt likt i de to landene (2.94 i Danmark, 2.77 i Norge).

Vi kunne, gitt definisjonen til Hanitzsch, inkludert spørsmål om viktigheten av å *Være en nøytral observatør, Rapportere saker slik de virkelig er*, og *Gi analyser av aktuelle tema*. Her er imidlertid de to lands journalister mer på linje i at dette oppfattes som viktig, selv om de danske journalistene mener det å *Gi analyser av aktuelle tema* er noe viktigere enn det de norske gjør. (WJS 2016)

Ved å inkludere flere av spørsmålene inn i Detached watchdog-rollen, bekreftes og til og med styrkes, det de nordiske forskerne finner i sin analyse av de nordiske journalistene. Det er en klart sterkere tilknytning til denne rollen i Danmark enn i Norge.

Det kunne selvfølgelig vært interessant å kjøre en faktoranalyse med alle rollene definert over, men det er lite trolig at dette vil endre konklusjonen.

Artikkelforfatterne bak *A welfare state of mind?* testet også hvilken grad av innflytelse politiske og økonomiske faktorer har på journalistene. Dette har jeg behandlet tidligere i dette kapittelet, og konklusjonen i artikkelen samsvarer med min analyse; at denne er ganske lik blant nordiske journalister, men at de danske journalistene opplever noe mer påvirkning enn de norske. I en komparativ analyse med journalister fra andre land med høy pressefrihet, er konklusjonen at nordiske journalister opplever høy grad av frihet og liten påvirkning av økonomiske og politiske faktorer. Danske journalister opplever signifikant mer påvirkning enn kollegaer i andre land, selv om denne er liten (Hovden 2016, in review). Resultatene er i samsvar med de funn Hanitzsch og Mellado gjorde i sin globale studie om innflytelse på journalistikken. (Hanitzsch and Mellado 2011)

## 6.7 Oppsummering

Resultatene i World of Journalism Study kan tyde på at enkelte klassiske profesjonsidealer står noe svakere i Danmark enn i Norge. Det at færre danske enn norske journalister mener at journalister alltid bør følge etiske normer, og at over 40 prosent (9 % norske) svarer at

medielovgivningen og profesjonsetiske regler har liten eller ingen innflytelse på arbeidet, styrker dette inntrykket.

Ottosen setter opp utvikling av etiske normer som ett av gnisningspunktene mot journalistrollen, og beskriver journalistrollen som «et sosialt betinget sett av faglige standarder/yrkesetiske normer og sosiale adferdsmønstre som over tid skaper en kollektiv identitet...». (Ottosen 2004 s. 21).

De danske journalistene lar seg også i større grad påvirke av ytre og indre faktorer. Det kan tyde på at deres autonomi i yrkesutførelsen er noe svakere enn hos norske journalister. Det at journalister opplever ulik grad av press kan være en utfordring eller trussel mot idealet om fri og uavhengig presse. Mange av gruppene som påvirker og har innflytelse på de danske journalistene, representerer markedsakt enten internt eller eksternt. Dette presset virker sterkere i Danmark enn i Norge ut ifra resultatene i WJS.

En annen del av undersøkelsen viser likevel at en stor del av journalistene i begge land opplever lik grad av frihet når det gjelder å velge nyhetshistorier, og hvordan disse skal vinkles. (WJS 2016)

I den felles nordiske studien av andre deler av WJS (Hovden 2016, in review) kan man også se ulikheter blant de to lands journalister. Blant danske journalister var tilknytningen til rollen som Detached watchdogs betydelig sterkere enn hos de norske. Det å overvåke og granske politiske ledere og næringslivet, og å være en kritiker til regjeringen står sterkt i Danmark. Denne rollen er også anerkjent som idealet i vestlig journalistikk (Hovden 2016, Hanitzsch 2011). I de fleste av de andre rollene respondentene ble bedt om å vurdere viktigheten av, var det mer samsvar mellom de norske og danske journalistene (også om viktigheten av nøytralitet og objektivitet som kunne tenkes å høre inn i Detached watchdog-rollen, og som regnes som klassiske ideal i rolleforståelsen). Svenske journalister hadde den samme graden av tilknytning til Detached watchdog-rollen som de danske.

Funnene kan tolkes som om de danske journalistene i stor grad har latt seg inspirere av den undersøkende journalistikk-tradisjonen fra Amerikanske medier. Bo Rasmussen har i sin artikkel sett på denne utviklingen gjennom artikler i fagbladet Journalisten, og ser klare tegn på at danske journalister i stor grad har latt seg inspirere av amerikanske verdier på dette området (Rasmussen, 2014). Norske journalister er også nevnt i artikkelen, men svarene i WJS kan muligens tyde på at trenden har vært sterkere i Danmark. Nord har også pekt på at

Danmark er det landet i Norden som i størst grad har beveget seg i retning av den liberale mediemodellen. Det er imidlertid ikke tilnærmingen til profesjonalitet som er årsaken til dette (Hallin og Mancini 2004, Nord 2008).

En forklaring kan muligens være noen strukturelle ulikheter mellom de to land i den politiske kommunikasjonen. Kristensen og Blach-Ørsten peker i sitt komparative kapittel om dansk og norsk politisk kommunikasjon i Makt, medier og politikk, på forskjeller i valgsystemet som muligens kan prege journalistikken. I Danmark, der regjeringen kan utskrive folketingsvalg gjennom hele perioden, mener forfatterne å se at den politiske journalistikken preges av en tilstand med konstant valgkamp der politikere, regjering og partier måles nesten daglig i et slags «Horse race» (Ihlen, Skogerbø, Allern 2015, s. 287). Det samme er ikke tilfellet i Norge der vi har forutsigbare valg hvert 4 (2) år.

I denne sammenhengen kan dette over tid har påvirket danske journalister til å være mer maktkritiske og granskende overfor politiske ledere og regjering. Dette kan også ha overføringskraft til behandlingen av stoff om næringslivet. Det at den danske offentlighetsloven karakteriseres som den strengeste i Norden, kan også ha stimulert til å være mer overvåkende og kritisk mot makthavere (uansett hvordan man tolker svarene om *informasjonstilgang* i WJS).

Dette er uansett sammenhenger som må undersøkes videre før de kan trekkes inn som en klar konklusjon om ulikheter mellom landene. Det at undersøkelsen viser at svenske journalister er på linje med danskenes syn på rollene, svekker teorien om systemulikheter som forklaring.

Selv om WJS avdekker noen ulikheter mellom danske og norske journalister, er det viktig å presisere at resultatene totalt sett for begge land i stor grad viser lik tilnærming til profesjonelle normer for god journalistikk og journalistrollen, sett i en internasjonal kontekst. Resultatene analyseres og tolkes i denne oppgaven for å se om det er, og hvilke, forskjeller innenfor den nordiske mediemodellen (ref. kap 3, Hallin og Mancini 2004, Nord 2008, Hovden 2016, in review). De nordiske forskerne bak WJS trekker samme konklusjon på de delene av materialet de har behandlet (Hovden 2016, in review).

WJS har mange interessante aspekter som jeg gjerne skulle behandlet i denne oppgaven. I den norske undersøkelsen er det stilt spørsmål om ulike faktorer som har påvirket det journalistiske arbeidet over tid. De norske journalistene skulle vurdere om innflytelsen fra PR, etisk regelverk, økonomiske interesser og flere andre faktorer har blitt endret de siste 5 år.

Dette kunne gitt innsikt i utviklingen i de to landene de siste årene i en tid der mediebransjen er i sterk endring.

Dette spørsmålsbatteriet er imidlertid ikke tatt med i den danske undersøkelsen. Begrunnelsen fra de danske forskerne er at retrospektive spørsmål kan gjøre at minnene til respondentene blir påvirket av nåværende meninger, oppfatninger og holdninger. Det gjør at det etter deres mening er vanskelig å måle endring med slike spørsmål. De begrunner også avgjørelsen om å fjerne kategorien med at undersøkelsen ville blitt så lang at faren for at folk hopper av da er større (se vedlegg X).

## 7 Nordiske studentundersøkelser

Gjennom hele 2000-tallet har skandinaviske journalistforskere fått stadig større interesse av å foreta studier internasjonalt, og komparative studier i Skandinavia, spesielt empiriske studier (Fonn, 2015, Morlandstø, 2012). Blant prosjektene som bidrar sterkt til dette er Hovdabrekka-prosjektet. Hovdabrekka er en større nettbasert spørreundersøkelse blant nordiske journalist- og mediastudenter gjennomført i årene 2005, 2008 og 2012. Opp mot 5000 studenter fra 30 journalistiskoler har deltatt i den omfattende studien. Det har før dette prosjektet vært lite systematisk kunnskap om studentene i journalistikk i de nordiske landene<sup>39</sup> (Hovdabrekka 2016).

Prosjektet har resultert i flere artikler og bøker som både sammenlikner journaliststudenter i Norden, og også land-spesifikke artikler, basert på resultatene i de omfattende undersøkelsene. Innholdet i spørreundersøkelsene har vært bakgrunn, holdninger til journalistiske ideal og etikk og betraktninger om framtidig jobbsituasjon og rolle i samfunnet. Designet i undersøkelsen har mange fellestrekk med WJS som vi så på i forrige kapittel.

Det er et interessant perspektiv å se hvordan studenter under utdanning betrakter profesjonelle idealer og normer før de entrer yrkeslivet. Det gir ekstra mening å se på disse faktorene i lys av at journalistutdanningene i de fem landene har mange likheter, både i historisk utvikling og slik de er i dag. En forskjell mellom Danmark og Norge er at det fram til i slutten av 90-tallet kun var en stor, dominerende journalistutdanning i Danmark. I Norge har utviklingen vært mer pluralistisk siden den første skolen ble opprettet på midten av 60-tallet. Flere universiteter og høyskoler, spredt over hele landet som en del av Norges distriktpolitikk, underviser nå i journalistikk. Danmark har et mer konsentrert tilbud av journalistutdanning på færre steder. Selv om enkelte studier har avdekket betydelige forskjeller i journalistutdanningene i Europa, mener forfatterne av *Becoming a Journalist* at de nordiske utdanningene framstår like i form av miks mellom praktisk og teoretiske kurser, graderte studer på Bachelor- og Masternivå, og felleskap mellom lærere og forskere i regionen (Hovden m.fl, 2016, kap 1).

Jeg vil videre i dette korte kapittelet trekke ut noen av de viktigste resultatene som er analysert av forskerne bak prosjektet i den nylig utgitte boka *Becoming a Journalist - Journalism Education in the Nordic Countries*. (Hovden m.fl. 2016) Jeg vil også gå inn i data

---

<sup>39</sup> se <https://hovdabrekka.wordpress.com/the-surveys/> for detaljert fakta om studien. Heretter Hovdabrekka 2016 i referanse.

forskningsleder for Hovdabrekka, Jan Fredrik Hovden, har hentet ut av undersøkelsen som går spesifikt på norske og danske studenter.

I kapittelet *New times, New Journalists?* analyserer Hovden og Ottosen (2016) de nordiske studentundersøkelsene, med spesielt fokus på 2012-undersøkelsen. De setter opp ulike modeller og diagrammer lik journalistkosmoset Hovden satte opp i det norske journalistiske felt (Hovden 2008). De viser på samme måte at det er stor spredning også blant studentene i spørsmål om hvilke rolleidealer de verdsetter, som nøytral/objektiv motsvarende intervensjonisme, undersøkende journalistikk mot rekreasjon/tilfredsstillelse. Denne spredningen er ikke markant mellom landene, men heller mellom studentene på ulike utdanningsinstitusjoner. Dette går igjen i alle delene av undersøkelsen de to kapittelforfatterne ser på. Noen nasjonale trender er det likevel verdt å merke seg. På spørsmål om hvor førsteårs studentene ønsket å jobbe etter endt utdanning i 2005, 2008, og 2012, svarte klart flere av de danske enn de norske studentene at de ønsket å jobbe innen PR. Studenter fra samtlige av de danske utdanningsinstitusjonene ga høy oppslutning om dette i alle 3 år. I Norge var det mer variasjon mellom skolene, og hvilket år spørsmålet ble stilt (se figur 6 i Hovden og Ottosen 2016 s. 65) En annen forskjell er at de norske journaliststudentene legger mer vekt på viktigheten av ulike personlige egenskaper som er viktige for en journalist. Her ble de gitt alternativer som livserfaring, kreativitet, politiske nøytralitet m.m. De danske studentene legger mindre vekt på samtlige av kvalitetene som de ble presentert for. Hva årsaken til dette har ingen åpenbar forklaring. En teori kan være at de danske studentene i snitt er noe eldre enn de norske, noe som gjør at de ikke er så opptatt av de personlige egenskapene. Det er også flere kvinnelige studenter i Norge (60 %) enn i Danmark (40 %). Disse forskjellene kan uansett alene ikke forklare forskjellen da den er mer markant (ut ifra figur 6 *ibid*). På tross av ulikhetene konkluderer Hovden og Ottosen med at de nordiske journaliststudentene samlet sett er blitt mer like i sin profesjonelle orientering, og at denne homogeniseringen er sterkest når det gjelder synet på journalistiske idealer (*ibid*).

På samme måte som med WJS fikk jeg, som nevnt, detaljerte data og tabeller fra studentundersøkelsene av professor Hovden. De utvalgte data fra undersøkelsen er spørsmål om studentenes mening om journalisters yrkesrolle, og hva journalister ideelt sett bør betrakte seg som (formulert i ulike påstander), og betraktninger om potensielle trusler mot en fri og kritisk presse. Jeg har valgt ut data fra undersøkelsene gjort i 2005 og 2012 (Hovdabrekka 2016). Dette viser utviklingen over flere år, og gjør datamaterialet håndterbart å analysere.

2012-undersøkelsen er den siste som er gjennomført, og selv om det nå (2016) er noen år siden den ble gjennomført, gir den etter min mening et ferskt bilde av journaliststudenter i Norge og Danmark (og resten av de nordiske landene). (Se vedlegg N for detaljerte tabeller).

På spørsmål om påstander om journalistenes yrkesrolle skulle studentene vurdere ulike påstander på en 4-punktsskala fra «stemmer helt» – til «stemmer ikke». Det var 17 påstander. I 2012-undersøkelsen er de norske og danske studentene ganske samstemt i vurderingen av de fleste påstandene. De norske studentene bekrefter i større grad det å være *en kritiker i samfunnet, nøytral reporter, speile allmenne meninger, og sørge for en levende samfunnsdebatt*, og markant mer om idealet om å være *en forsvarer av urett i samfunnet*. De danske studentene bekrefter i noen grad idealet om å være *en gransker av samfunnets makthavere, en som enkelt kan forklare kompliserte hendelser, og en som sier sannheten uten å ta hensyn til konsekvensene*. I dette bildet bekrefter studentene det WJS viste; Vaktbikkje-idealet står noe sterke i Danmark, mens det å nå ut til et stort publikum er et viktig rolleideal i Norge. Det kan synes som om studentene på dette området har blitt mer like på tvers av landene siden spørsmålene først ble stilt i 2005-undersøkelsen.

*Påstander om journalisters arbeidsmetoder* skulle besvares med alternativer fra «svært enig» til «svært uenig». Flere av disse påstandene var i utgangspunktet negativt ladet. Det er en liten tendens til at de danske studentene i større grad enn de norske sier seg uenig i disse påstandene, som f. eks *Journalister respekterer ikke folks privatliv* og *Journalister er ofte fordomsfulle*. De danske studentene er likevel mer enige i at *Journalister er flinke til å verne om kildene sine* og *Journalister løfter fram saker som folk ellers ikke får vite om*. Forskjellene i denne delen av undersøkelsen var samlet sett ikke stor. Studentene i begge land fulgte hverandre selv om påstandene varierte fra å være positive eller negative.

*Trusler mot fri og kritisk presse* var også en spørsmålsrekke formulert i en rekke påstander. Studentene skulle vurdere påstandene fra «stor fare» til «ingen fare». Det var totalt 14 påstander i denne delen av undersøkelsen. En klar tendens her var at de norske studentene mente flere av påstandene representerte en stor fare mot en fri og kritisk presse. De norske studentene mente *Svakheter ved journalisters profesjonsetikk, Journalisters selvsensur* og *For liten kunnskap om samfunnet blant journalister* utgjør større fare enn det de danske studentene mener. I lys av at denne oppgaven ser spesielt på etikk i den journalistiske kulturen, er det en interessant observasjon at forskjellen er synlig i spørsmålet profesjonsetikk og selvsensur. Hvordan man skal tolke disse svarene er imidlertid litt uklart. Det at færre

danske studenter mente at svakheter i profesjonsetikken ikke utgjør noen fare, kan like godt være motivert av at de ikke mener det er store svakheter i profesjonsetikken, som at det ikke er så farlig at det er svakheter. Profesjonsetikk er også et komplisert begrep som det kan hende en student tidlig i utdanningen ikke har så stort forhold til. Flere studenter i begge land svarte «vet ikke» på denne påstanden enn de andre påstandene. Når det gjelder *Journalisters selvsensur*, kom den påstanden med et vedheng; (f. eks unngår å skrive ubehagelig om eiere eller nære kilder). Her kan det på samme måte være rom for tolkningen om at selvsensuren ikke finner sted, eller at det ikke vurderes som et stort problem. Dette er også et erfaringsbasert spørsmål mange av journaliststudentene trolig ikke har hatt et så nært forhold til.

*Utenlandsk eierskap og at flere mediebedrifter blir kontrollert av samme eier* ble også vurdert som en større fare blant de norske studentene enn de danske studentene. Det samme gjaldt påstanden *For hovedstadsfokusert journalistikk*. Dette kan ha sammenheng med at den danske avisfloraen er mer hovedstadsfokusert i Danmark, og at det er stort fokus på sentrum-periferi konflikten i Norge (ref Ihlen, Skogerbø og Allern 2015). De danske studentene mente *publikums behov for forenkling og arbeidstempo i redaksjonene* utgjorde større fare enn de norske journaliststudentene.

Denne korte gjennomgangen av de nordiske studentundersøkelsene viser at det på flere områder er samsvar med det de arbeidende journalistene svarte i WJS som var omtalt i forrige kapittel. Dermed kan man se konturene av en rød tråd gjennom utdanningen og ut i yrkeslivet rundt spørsmål om holdninger til journalistisk kultur. Det er likevel verdt å nevne at flere av spørsmålene i Hovdabrekka-undersøkelsene kan hevdes å kreve arbeidserfaring for å gi et godt og opplevd svar. Mange av påstandene og spørsmålene kan dermed bli vurdert som et inntrykk av slik ting er, mer enn at man har opplevd dette i yrkessituasjon. Flere av studentene har nok noe arbeidserfaring før og i praksisperiode under utdanning, men snittalderen i begge land tilsier at denne ikke strekker seg så lang. Snittalderen på journaliststudenter i Danmark er høyere enn i Norge (Hovden og Ottosen 2016). Det kan ha innvirkning på hvordan undersøkelsen ble besvart. Jeg har derfor valgt å ikke fokusere i så stor grad på konkrete tall i denne delen av oppgaven, men fokusert mer på generelle trender i undersøkelsen.



## 8 Analyse forskningsintervju

I dette kapitlet vil jeg analysere de forskningsintervjuene jeg har gjennomført. Jeg har valgt å dele kapitlet opp i tre separate deler ut i fra informantgruppene jeg intervjuet. Jeg starter med journalist/kommunikatør, forsetter med nestlederne i fagforeningen, før jeg avslutter med informant Geir Terje Ruud.

### 8.1 Journalist/kommunikatør

Den første gruppen jeg bestemte meg for å intervju i denne gruppen var de som opplever journalistisk kultur i sitt daglige virke. I denne oppgaven ser jeg på og sammenligner hvordan journalister i Danmark og Norge ser på journalistisk kultur i sitt land, og forholdet til PR- og informasjonsbransjen. I makroperspektiv er dette studert i de to forrige kapitlene om WJS og studentundersøkelsene. I denne delen vil informantenes opplevelser av dette i hverdagen bli studert.

Jeg kunne valgt flere ulike kildegrupper i denne intervjustudien. Jeg valgte til slutt å søke etter journalister som en eller flere ganger har jobbet i PR- og informasjonsbransjen. Et første mål var finne informanter som hadde vendt tilbake til en journaliststilling etter å ha jobbet med kommunikasjon, men det viste seg å være svært krevende. Det er lett å finne de som har jobbet som journalist og så byttet til PR-bransjen. Det var ikke like lett å finne de som har gått tilbake til journalistikken igjen. Derfor har utvalget blitt en blanding av noen som nå er tilbake i journalistikken, og noen som har jobber i PR- og informasjonsbransjen.

I denne informantgruppen ønsket fire av kildene å stille anonymt, to i hvert land. Jeg har derfor forsøkt å lage en merkelapp på de ulike anonyme informantene, som både er beskrivende for hvilket utgangspunkt og erfaring de har, og for verne om deres anonymitet. Kildene Allan Boye Thulstrup og Ingeborg Volan ønsket å stille som åpne informanter. Som nevnt i metodekapitlet har alle kildene lest den delen av oppgaven de er omtalt i.

#### **Utvalget er:**

#### **Norge:**

**Ingeborg Volan:** Er nå utviklingsredaktør i Adresseavisen. Har tidligere vært ansvarlig for utviklingen av sosiale medier i NRK, og jobbet i flere aviser som journalist. Hun har også

vært ansatt i PR-byrået Gambit Hill and Knowlton, og flere andre mindre kommunikasjonsbyråer med fokus på utvikling av digital kommunikasjon. Hun har hatt flere verv i Norsk journalistlag og var en periode ansatt ved IJ, institutt for journalistikk.

**Norsk kilde kvinne:** Kvinne som nå jobber som kommunikasjonsmedarbeider i statsforvaltningen. Har i to perioder jobbet som nyhetsjournalist for nasjonale medier. Mellom disse jobbet hun som kommunikasjonsrådgiver for en politisk organisasjon. Hun har mange års erfaring både som journalist og som kommunikasjonsrådgiver.

**Norsk kilde mann:** Mann som nå jobber som kommunikasjonssjef for en ideell organisasjon. Han har tidligere hatt ulike journaliststillinger og verv som journalist hvor journalistisk profesjon og profesjonalitet var svært viktig. Har ikke formell journalistutdanning, men noe formell opplæring som journalist.

#### **Danmark:**

**Allan Boye Thulstrup:** Jobbet i 9 år som journalist til Herning folkeblad, men byttet sommeren 2015 til en jobb som kommunikasjonskonsulent i Herning kommune. Han er fortsatt medlem og har verv i Dansk Journalistlag.

**Dansk kilde mann:** Mann som nå jobber som journalist i et nasjonalt mediehus i Danmark. Han har i en periode jobbet som kommunikasjonsrådgiver i en politisk organisasjon. Jobbet før det i samme mediehus som journalist.

**Dansk kilde kvinne:** Kvinne som jobber som journalist i et nasjonalt mediehus i Danmark. Har i en periode hatt ulike stillinger i statsforvaltningen.

Som denne korte beskrivelsen viser, har utvalget i de to landene noen fellestrekk. Alle informantene bortsett fra en, er utdannet som journalister ved en av sitt lands institusjoner, de har alle jobbet i flere år som journalist før de byttet bransje, og bransjebyttene de har gjort har skjedd i de senere år. De kildene som nå ikke jobber som journalist har hatt stillinger med sterkt fokus på journalistisk etikk og kultur. Flere av kildene ville nok blitt plassert nær en posisjon som «journalist-religiøs elite» i Hovdens norske journalistkosmos, men utvalget fordeler seg spredt i det journalistiske feltet<sup>40</sup> (Hovden 2010).

---

<sup>40</sup> Jeg tar da utgangspunkt i at det danske journalistiske felt er relativt lik det norske ut ifra teoridelen i denne oppgaven.

Det er minst to informanter som har jobbet innenfor politikk, interesseorganisasjon og statsforvaltning i hvert land. Jeg velger å bruke uthevet tittel som benevning gjennom dette kapittelet. Det kan være at en slik merkelapp virker noe klinisk, men jeg skal forsøke å repetere erfaringene til informantene der de omtales.

I intervjuguiden delte jeg inn spørsmålene til denne informantgruppen i fire ulike bolker: *Egen jobberfaring, bransje-refleksjoner, fagforeningens rolle, og syn på nye utfordringer for journalistikken.*

Med *egen jobberfaring* fikk informantene spørsmål om hva de tenkte om og hvordan de opplevde bytte av bransje, hvordan de opplevde reaksjonene fra nye og gamle kollegaer, og hvordan de opplever likheter og ulikheter i jobbene de har hatt.

Med *bransje-refleksjoner* gikk spørsmålene på hvordan de opplever forholdet mellom PR- og informasjonsbransjen i sitt land, sett fra deres ståsted.

I delen om *fagforeningens rolle* ble informantene spurt om hva de mener fagforeningens viktigste rolle er, hvordan de mener deres fagforening ivaretar denne rollen, og hvordan de ser på organiseringen av fagforeningen i landet de selv ikke jobber i.

*Syn på nye utfordringer for journalistikken* gikk på hva informantene mener er den største trusselen mot journalistikken i dag og i fremtiden. I denne bolken ble også spørsmål om Content marketing, arbeidsmarkedet, økonomiske rammevilkår o.l. stilt.

Intervjuene med informantene som helhet bekrefter inntrykket av at danske og norske journalister i stor grad har lik tilnærming til journalistisk kultur og profesjonalitet. Alle informantene har lik forståelse av skillene mellom PR og journalistikk som fag. De er samstemte om at økonomiske rammebetingelser er den største trusselen mot journalistikken i framtiden. Alle bortsett fra en mener Content Marketing er med på å viske ut skillene mellom journalistikk og reklame, og således er negativt. Informantene brukte i intervjuene det samme fagspråk og hadde på mange spørsmål like betraktninger. Det er likevel noen merkbare forskjeller mellom det norske og det danske utvalget. I analysen av intervjuene var det tydelig at de seks informantene i seg selv er unike, og at en journalists livsverden er svært ulik på mange områder uavhengig av landegrenser. Jeg har med bakgrunn i problemstillingen og forskningsspørsmålene i denne oppgaven søkt etter de forskjeller som kan identifiseres på tvers av landegrensene, uten å ignorere de mange likhetene som er tilstede.

### 8.1.1 Egen jobberfaring

På spørsmål om hvorfor informantene byttet fra en stilling som journalist til en kommunikasjonsjobb første gang, var de danske journalistene i sine svar klare på at de ønsket nye utfordringer, og at det da var naturlig å bruke den kompetansen de hadde som journalist i sin nye jobb. Som danske Allan Boye Thulstrup:

«Jeg hadde i noen år tenkt at jeg trengte ny utfordring. Jeg var et sted der det måtte skje noe i min karriere etter ni år i Herning Folkeblad. Jeg så en stillingsannonse som kommunikasjonsrådgiver i Herning kommune, søkte og fikk jobben. Halvdelen av arbeidsoppgavene jeg skulle gjøre var noe jeg var god til, og andre halvdel var noe jeg tenkte jeg ville bli bedre til. Sosiale medier og internkommunikasjon, og det å skulle delta på større prosjekter som gikk ut over neste deadline.»

Som sitatet viser blir det å skifte til en jobb som kommunikasjonsrådgiver betraktet som naturlig og utviklende for egen karriere. De to andre danske informantene har samme naturlige inngang til det å bytte bransje. De peker også på mangel på motivasjon og et ønske om nye utfordringer.

De norske informantene oppgir også behovet for nye utfordringer som en dominerende årsak for bytte av jobb. De argumenterer dog noe mer utfyllende hvor konklusjonen virker å være «på tross av alle motforestillinger» ble det en jobb som kommunikasjonsmedarbeider. Den kvinnelige norske kilden peker også på behovet for å komme ut av turnusjobb og bedre betingelser som viktig grunn. Den mannlige norske kilden begrunner sitt valg slik om å slutte i jobben som journalist etter nesten 20 år i samme mediehus for en stilling som kommunikasjonssjef i en ideell organisasjon:

«Det var nok en kombinasjon av dalende motivasjon og at jeg følte at hvis jeg skulle gjøre noe annet måtte det skje nå. Jeg hadde sett for mange avskiltede ledere, programledere og stjerner som gikk og slang. Jeg ville gjøre noe annet, men så ikke noen attraktiv jobb i mediebransjen på det tidspunktet. Jeg søkte ikke spesielt etter kommunikasjonsjobber. Jeg er verdistyrt, og trenger noe med større verdi utover det å motta lønn en gang i måneden. Jeg så egentlig ikke et alternativt før denne jobben ble lyst ut. Den kunne jeg stå for.»

Spørsmålet om hvordan jobbyttet ble mottatt av kollegaer, bød på noen overraskende svar. En trend var tydelig hos alle, det var ulike reaksjoner avhengig av kollegaenes alder da informantene sluttet i en journalistjobb for å starte i en kommunikasjonsjobb. De fleste oppga at eldre journalistkollegaer var mer skeptiske enn yngre kollegaer. Kommentarer fra noen av de rutinerte i redaksjonen var; «skal du over til fienden?» og «den mørke siden». De yngre var mer nysgjerrige på arbeidsoppgaver og lønn i den nye jobben. Godt formulert av den danske kvinnelige kilden som svarte på epost:

«Da jeg gikk fra «navn på avis» til kommunikasjon var reaksjonene meget kraftige: 'Det fortryder du', 'Du skal beslutte om du vil være på de gode eller onde side', særlig fra eldre kolleger, de yngre synes det var mer naturlig.»

Generelt opplevde ingen, uavhengig av land, spesielt negative reaksjoner fra kollegaer i redaksjonen. Kanskje mindre enn de hadde forventet. Da spørsmålet ble stilt til den danske mannlige kilden ble spørsmålet tolket uventet. Han hadde jobbet som politisk journalist, og på spørsmålet om «hvordan kollegaene reagerte» trakk han fram reaksjonen til de politiske aktørene han jobbet opp mot. Han følte at de beskylte han for å «svikte deres felles sak» fordi han skulle jobbe for «motstanderen» i deres øyne. Jeg presiserte ikke «journalist-kollegaer» i spørsmålet, kun «kollegaer», men var overasket over at han da definerte dette som de kildene han jobbet opp mot, og hva slags definisjon de hadde på deres «samarbeid». Han fikk ikke særlig mange reaksjoner fra kollegaer i redaksjonen.

Informantene som på ulike tidspunkt kom tilbake til journalistikken oppgir at de ble tatt godt imot av kollegaene i den nye redaksjonen. Det var noen utfordringer i forbindelse med sensitiv informasjon og spørsmål om tilknytning til tidligere arbeidsgiver. Den norske kvinnelige kilden opplevde at denne problemstillingen ble godt behandlet av redaktøren i redaksjonen hun startet å jobbe i.

«Jeg hadde habilitetsutfordringer fra daværende arbeidsgiver da jeg startet å jobbe som journalist igjen. Da sa redaktøren til meg «Vi stoler på deg, vi stoler på at du gjør de rette vurderingene og at du sier fra selv». Det er viktig å stole på at folk er proffe, og jeg opplevde ikke noen problemer med dette i perioden jeg jobbet der»

Alle informantene har en sterk identitet som journalist, og følte også det da de jobbet som kommunikasjonsmedarbeidere. Dette er ikke så overraskende. Alle startet sine karrierer som journalist, og har jobbet mesteparten av sitt yrkesaktive liv som journalist. Nesten alle har formell journalistutdanning.

### **8.1.2 Bransje-refleksjoner**

Spørsmålene i denne delen av intervjuet var mer betraktende enn selvopplevde. Her gikk spørsmålene på hvordan informantene opplever samarbeidet og forholdet mellom journalister og kommunikasjonsfolk i sitt land. Alle informantene hadde en mening om dette. De fleste mener samarbeidet fungerer godt noen ganger, dårlig andre ganger. Flere trakk fram at de ofte som journalister opplever at de ikke får svar på betente spørsmål, eller at det er vanskelig å

komme i kontakt med kildene bak en mur av kommunikasjonsmedarbeidere. Dansk kilde mann mener dette er til skade for samarbeidet og journalistikken:

«Jeg har hatt en naiv tanke om at hvis man vil snakke med en minister om et problem, så vil man snakke med ministeren, ikke en spindoctor som kommer med et tilrettelagt svar på tre setninger.»

Alle ser likevel fordelene med at mange virksomheter og institusjoner har ansatt kommunikasjonsmedarbeidere. De vet under hvilke forhold og metoder journalistene jobber. Flere sier de i jobben som kommunikasjonsmedarbeider opplevde at de var til hjelp for journalistene. Den danske kvinnelige kilden som nå er tilbake i en journalistisk jobb føler på et elsk/hat-forhold mellom de to yrkesgruppene:

«Det synes jeg er meget forskjelligt. Nogle er cool, andre er pisse-irriterende. Mest af alt er det vigtigt at begge sider anerkender den andens opgave. Jeg hader kommunikationsfolk som forsøger at slå en historie ihjel (det er ikke deres opgave) eller som ikke har forståelse for journalistens arbejde.»

De danske informantene er tydeligere på at det var et anspent forhold mellom journalister og «Spindoctorer»/kommunikasjonsfolk. I intervjuene hadde de i større grad enn de norske fokus på at det er en konflikt mellom de to yrkene. De trakk uoppfordret fram at det de siste årene har blitt en maktforskyvning slik at spindoctorer og kommunikasjonsfolk har fått større makt og innflytelse over journalistikken. Det bekymrer Dansk kilde mann:

«Det er veldig mye makt til spindoctorer, PR- og informasjonsfolk. De selger inn saker, og lekker nye lovforslag fra en minister osv. Dette er mediene avhengig av fordi de hele tiden må komme med nytt stoff til sine lesere. Den avhengigheten kan være vanskelig å ha med seg når man skal lage kritisk journalistikk mot den samme ministeren.»

Allan Boye Thulstrup som nå jobber som kommunikasjonsmedarbeider i Herning kommune opplever ikke store samarbeidsproblemer i sin jobb, men merker at det er «et fiendebilde der ute». Spesielt eldre journalister kan han allerede når han plukker opp telefonen høre at er «kritiske og uvennlige». Han mener dette fiendebildet har endret seg.

«Da jeg studerte på tidlig 2000-tallet snakket flere av mine studiekamerater at det å jobbe innen kommunikasjon var en mulighet. Noen var også i praksis innen kommunikasjon. Vi hadde ikke oppfattelse av at det var noe man ikke kunne gjøre med den utdannelsen. Jeg tror det er annerledes for de som tok journalistutdannelse på 80-90-tallet. De er mye mer kritiske.»

Det er et generelt inntrykk av intervjuene at det i større grad er et sterkere og nærere forhold mellom journalistikken og PR- og informasjonsbransjen i Danmark enn i Norge. På godt og vondt. De er mer opptatt og uttalt bekymret for den påvirkningen og innflytelsen det har på journalistikken. Samtidig oppgir de at de har mindre kvaler mot å jobbe der selv. De ser det

som en naturlig del av en karriere. De danske informantene er likevel veldig tydelige på at når de jobber som journalist, er de journalist med de profesjonelle standarder og regler det innebærer. Både Allan Boye Thulstrup og den danske mannlige kilden mener mange journalister og redaktører i Danmark bytter fram og tilbake mellom journalistikk og PR. Det kan virke som om de danske informantene i denne oppgaven har et ganske dynamisk og pragmatisk forhold til PR- og informasjonsbransjen:

«Et år før jeg startet som kommunikasjonsmedarbeider så jeg på spindoctorer som fienden selv, og noe fanden hadde skapt for å hindre deg i å drive journalistikk ... Så plutselig var jeg selv der.»

De norske informantene var mer forsonende i denne delen av intervjuet. De ser de samme utfordringene som danskene, men er litt delt i synet på maktforholdet mellom yrkesgruppene. Ingeborg Volan har jobbet i flere kommunikasjonsbyråer, og mener journalister har for liten kunnskap om hvordan kommunikasjonsfolk jobber:

«Veldig mye av makten sitter hos journalistene. Når du jobber med kommunikasjon opp mot media, så er du helt prisgitt den journalisten som er på den andre siden. Og om journalisten synes saken er spennende og interessant. Det man gjør som kommunikasjonsmedarbeider er å bruke den journalistiske kunnskapen til å framstille det budskapet kunden du har der og da på en måte som gjør at journalisten tar tak i nettopp det. Det dumme du gjør er å lure en journalist, da vil han eller hun aldri snakke med deg igjen.»

I begge land er informantene klare på at samarbeidsklima og innstillingen påvirkes av hvilken arbeidsgiver man har som kommunikasjonsarbeider, og at de også som journalister er bevisste på det. Norsk kilde mann jobbet tidligere som gravende journalist med kritiske vinklinger på store institusjoner og bedrifter, men jobber nå som kommunikasjonssjef for en ideell organisasjon.

«I min forrige jobb hadde jeg et anstrengt forhold til kommunikasjonsbransjen. Og med god grunn. Den formen for journalistikk vi bedrev, gjorde at hver gang vi ringte gikk alle brannmurene opp. Jeg opplevde kommunikasjonsmedarbeidere utelukkende som et problem. I den posisjonen jeg har nå, opplever jeg samspillet som overraskende positivt. Vår organisasjon er på tilbudssiden, og vi har ikke behov for å beskytte oss mot gransking og innsyn.»

På spørsmål om hva de tenker om journalister som bytter frem og tilbake mellom journalistikk og PR, var svarene ganske unisone fra alle informantene. Alle mener at det ikke er spesielt negativt, heller tvert imot. Ny kunnskap om en annen bransje og spesielle temaer hadde gjort dem til bedre journalister da de gikk tilbake. I de redaksjonene flere av dem hadde

jobbet eller fortsatt jobber, hadde man hatt bruk for medarbeidere som «hadde sett mer av verden». På et ganske ladet oppfølgingsspørsmål svarer Norsk kilde kvinne:

- *Hvis mange unge bytter fram og tilbake mellom journalistikk og kommunikasjon, er det ikke en fare for at de da mister viktig yrkestilhørighet og identitet?*

«Det tror jeg er personavhengig. Jeg tror ikke det er så dumt, jeg. Det å se verden fra flere sider er ikke nødvendigvis en ulempe, men heller noe positivt. Det handler jo litt om profesjonalitet, det å ha en ryggmargsrefleks slik at man jobber etisk og profesjonelt.»

### 8.1.3 Syn på nye utfordringer for journalistikken

Denne delen av intervjuet avdekket ingen store ulikheter mellom informantene i de to landene. Alle informantene er bekymret for de store kuttene i mediebransjen i sitt land og konsekvensene dette får for journalistikken. Alle, bortsett fra Ingeborg Volan, avviser Content Marketing som en trend og fenomen de i utgangspunktet ikke liker. De fleste har likevel forståelse for at det er nødvendig for mediebedriftene av økonomiske årsaker å satse på denne type annonser. Ingeborg Volan jobber nå som utviklingsredaktør i Adresseavisen og er dermed ansvarlig for avishusets satsing på dette området. Hun mener den økonomiske gevinsten denne type annonser gir, skaper mulighet for å lage kvalitetsjournalistikk i den andre enden. Dette peker flere av informantene på som en mulig oppside med Content Marketing.

Informantene Allan Boye Thulstrup og Norsk kilde mann forteller at de har skrevet pressemeldinger/artikler som har kommet på trykk i en avis/nettavis under en av avisens journalisters byline, ordrett. Ingeborg Volan forteller at hun har opplevd det samme, men at det var noen år tilbake i tid. De oppgir at de ikke har fortalt om dette til noen, og at de «gremmes» på journalistikkens vegne.

Igjen opplever informantene i begge land at det er en generasjonsforskjell for mottak av informasjonssubsidier. De eldre journalistene vegrer seg mer for å gå inn i et slikt «samarbeid» enn det yngre journalister gjør. Norsk kilde mann synes å se en tendens til at de yngre er mer mottagelige for bilder, case-historier osv., men at de behandler det på en journalistisk måte der de oppgir kilden, og behandler stoffet. Flere av de eldre journalistene han har tilbudt stoff, har i enkelte situasjoner tatt imot dette, men ikke kreditert skikkelig. Han tror det kan komme av at de i større grad er opplært i en tid da man ikke mottok informasjonssubsidier, og at de «er flau» for å måtte bruke det, og derfor ikke vil vise hvor de har fått informasjonen fra.



En interessant observasjon fra Norsk kilde mann om inntrykket av forskjeller mellom Danmark og Norge, er begrepsbruken om medarbeiderne. Hans ideelle organisasjon har en søsterorganisasjon i Danmark som han har jevnlig kontakt med om felles prosjekter.

«Min danske kollega omtaler sine kommunikasjonsmedarbeidere som journalister. Han kan si; «Jeg sender to journalister dit for å dekke saken». Det ville aldri jeg sagt.»

Dette kan tyde på at journalisttittelen blir brukt om en større gruppe i Danmark enn det som er vanlig i Norge.

#### **8.1.4 Fagforeningens rolle**

Synet på fagforeningens rolle er sterkt preget av hvilket land informantene jobbet i. Som nevnt i teorikapittelet om fagforeningene, er det ulik organisering i de to landene. I Norge må journalister som slutter i yrket melde seg ut av NJ, i Danmark kan de fortsatt være medlemmer av DJ. Det ble vedtatt en liten oppmykning i medlemskriteriene til NJ i 2015, i Danmark havarerte en fusjonsprosess mellom DJ og en annen kommunikasjonsfagforening i 2014.

I begge land ser informantene på fagforeningens rolle som to-delt; NJ og DJ skal ivareta journalistenes lønns- og arbeidsvilkår på en god måte, og de skal være en tydelig stemme i den faglige debatten. Det blir dog lagt ulikt vekt på dette i de to land. Blant de norske informantene er det helt klart et større fokus på den faglige rollen. De danske svarte umiddelbart «lønns- og arbeidsvilkår» på spørsmålet om «hva fagforeningens rolle er?». Først på oppfølgingsspørsmålet ble den faglige rollen nevnt. Allan Boye Thulstrup, som selv fortsatt er medlem av DJ og innehar verv, er glad for at han fortsatt kan være medlem selv om han nå jobber som kommunikasjonsmedarbeider. Han mener det er helt naturlig at DJ organiserer både journalister og kommunikasjonsfolk «simpelthen» fordi de to yrkesgruppene opererer på det samme arbeidsmarkedet. Han mener DJ har et godt faglig tilbud til begge yrkesgrupper:

«Det journalistfaglige er viktig, men ikke det viktigste for DJ. Men det at vi er organisert sammen er nok det som har gjort at vi nå arbeider med å få noen kommunikasjonsetiske regler på plass ... kanskje blir de mer i harmoni med journalistenes tanke sett når vi samarbeider i samme forening?»

Her peker Allan Boye Thulstrup på en faktor som ikke har vært oppe i den norske debatten om medlemskap i NJ, nemlig en felles forståelse av hverandres rolle. De to danske informantene som svarte på dette spørsmålet (Dansk kilde kvinne som svarte på mail, besvarte ikke delen om fagforeningens rolle) var fornøyd med måten DJ var organisert på.

De norske informantene ønsker å beholde NJs modell. Både Norske kilde kvinne og mann har full forståelse for at de måtte melde seg ut av fagforeningen da de ikke lenger jobbet som journalister. Norske kilde kvinne, som var medlem av NJ i begge perioder som journalist, forteller at hun forrige gang hun var ute av journalistyrket meldte seg inn i en annen fagforening, men at hun i nåværende jobb ikke meldte seg inn igjen; «jeg føler ikke noe faglig fellesskap der». Norsk kilde mann sier rett ut at han ikke har noe i NJ å gjøre i sin nåværende jobb. Ingeborg Volan er som redaktør ikke lenger medlem av NJ, men har hatt flere ulike verv tidligere. Hun sier det ville vært krevende om det i Adressavisen hadde vært flere enn journalistene som tilhørte samme fagforening:

«Jeg synes det ville vært rart hvis NJ-medlemmer i redaksjonen i Adressa og ansatte i markedsavdelingen var med i samme fagforening. Det er to forskjellige ting. Også for meg som redaktør, hvis jeg skulle forholde meg til to forskjellige, og kanskje motstridene, yreksgrupper fra samme fagforening.»

### 8.1.5 Oppsummering

Intervjuene med journalister/kommunikatører viser at det er ganske lik forståelse av skillet mellom PR- og informasjon og journalistikk. De samme profesjonelle idealene og holdningene er tilstede i begge land. Det er likevel påfallende at det blant informantene fra Danmark virker å være et mindre anstrengt forhold til det å bytte jobb mellom journalist og kommunikasjonsmedarbeider, og at det er av mindre betydning hvem man jobber for. Men i de periodene de danske informantene jobber som journalist, ser de på kommunikasjonsmedarbeiderne de er i kontakt med som en slags fiende. Blant de norske informantene er holdningen til det å bytte fra journalist til kommunikasjon noe man gjør «på tross av alle motforestillingene». Også de norske informantene opplever et krevende samarbeid med kommunikasjonsmedarbeidere i periodene de jobber/jobbet som journalist, men har en mer nedtonet betraktning rundt dette. Enkelte av de danske informantene går langt i å mene at PR og Spindoctorer har fått mer makt de siste årene. Dette i tråd med Nete Kristiansen sine studier om utviklingen på feltet siden 2000-tallet. Dette blir ikke trukket fram i så stor grad av de norske informantene.

Informantene i begge land er tilhengere av sitt lands organisering av fagforeningene. I Norge virker informantene mer opptatt av den faglige rollen, selv hele utvalget mener dette er viktig. De danske informantene har ingen problemer med at kommunikasjonsarbeidere er medlem av

DJ. I Norge er informantene, selv om de nå ikke jobber som journalist, klare på at det ikke ville vært naturlig hvis de som jobber med kommunikasjon er medlemmer i NJ.

## 8.2 Fagforeningene

Intervjuene med fagforeningens representanter ble gjort sammen. Det var nestlederne Trine Johansen i Dansk Journalistforbund (DJ) og nestleder (eneste kandidat som ny leder våren 2017) Hege Iren Frantzen i Norsk Journalistlag (NJ) som stilte som representanter. Årsaken til at intervjuet ble gjort sammen var i hovedsak praktisk. Johansen i DJ var i Oslo på et møte tidlig i september. Da passet for begge å stille til intervju etter møtet. Det å intervju dem sammen har to sider. Erfaringen jeg gjorde meg var at de begge beveget seg noe mot hverandre i argumentasjonen, og muligens dempet noen av de klare skillene som er mellom dem. De to organisasjonene samarbeider tett i et nordisk samarbeid, og det virket viktig for dem å være på linje i enkelte spørsmål. Dette bar intervjuet noe preg av. Samtidig hadde intervjusettingen sammen også en klar fordel. I et slikt intervju vil begge partene ha de samme forutsetningene til å uttrykke sine meninger. Dette gjorde de også. Hvis en av representantene kom med et utspill, kunne den andre samtykke eller avvise om dette også gjelder for deres organisasjon. På denne måten ble eventuelle uklarheter fagorganisasjonene imellom klargjort. Denne intervjusettingen skapte dermed et mindre polarisert intervju, enn om begge skulle konfronteres med den andres meninger fra en annen samtale. Det var likevel en tendens til at de bekreftet hverandre under intervjuet, og at noen av ulikhetene fagorganisasjonene imellom ble kamuflert og vanskeligere å oppdage for en forsker utenifra. Det var ingen tegn til at den ene kilden dominerte den andre. Begge nestlederne var klare på sine standpunkt og hvilke verdier de representerte.

Det slående med intervjuet av fagforeningene var den ulike omtalen av kommunikasjonsmedarbeidere. Der DJ trakk fram de positive effektene av kommunikasjonsmedarbeidere som «tilrettelegger av informasjon», «gjør samfunnet en tjeneste» osv., ble det fra NJ trukket fram at «de hindrer oss i å gjøre journalistikk ved å være en port som vi må igjennom» og «De driller kildene slik at de tåkelegger fakta». Det er naturlig at DJs nestleder forsvarer sin organiseringsmodell der kommunikasjonsmedarbeidere er en voksende del av medlemsmassen. Fra 677 i 2001, til 2213 i 2016 (Journalisten nr. 4 2016):

«Det var ikke slik at vi våknet en morgen og ønsket å ha en masse kommunikasjonsfolk inn i fagforeningen. Dette har vært noe som har utviklet seg over tid. Mange av dem jeg studerte med jobber i dag i kommunikasjonsbransjen, men de ser seg fortsatt som journalister. Og de føler seg fortsatt som en del av DJ, de har bare gjort «den der lille» bevegelse. Men gruppen blir større og større. Jeg synes det er en naturlig organisering»

Nestleder i DJ, Trine Johansen, sier debatten om fusjon med Kommunikasjon og Språk (KS) har gjort at det har blitt mer bevissthet i organisasjonen om skillene mellom journalistikk og kommunikasjon. Denne bevisstheten og fokuset på dette skillet var noe som ble gjenspeilet hos Journalist/kommunikatør-informantene. Det er ikke lenger en debatt i DJ om det skal startes en ny fusjonsdebatt, men heller ikke aktuelt å stramme inn på medlemskravene. Johansen forteller at det er flere undergrupper (søyler) der medlemmene blir delt inn ut i fra hva slags stilling de har. (DJ organiserer journalister, kommunikasjonsmedarbeidere, grafikere m. m)

Like naturlig er det at NJs representant forsvaret sin organisasjons vedtekter. Hege Iren Frantzen mener vedtaket om å kaste ut kommunikasjonsmedarbeidere fra NJ i 1997 står sterkt i dag, selv om NJ har vedtatt at man kan være medlem så lenge man jobber en andel som journalist. Hun presiserer likevel at de som er medlemmer i NJ, kun blir behandlet som medlem i den delen av jobben de er journalist. Hun avviser DJs modell, og sier det ikke er et tema blant NJs medlemmer å løsne opp på medlemskravene, selv om hun er klar over at det trolig ville føre til en større medlemsmasse og mer penger inn i organisasjonen hvis man åpnet for flere yrkesgrupper. I en tid da de økonomiske utfordringene til mediehusene lenge har vært fokus i NJs arbeid, ønsker Frantzen nå å styrke den journalistfaglige delen av arbeidet.

«Jeg mener man må bruke mer tid på journalistikken for de som er igjen i redaksjonene. Jeg vil at man skal være stolt av å være journalist, enten man er 25, 45 eller 65 år. Vi har brukt for mye tid på nedbemanning de siste årene.»

På spørsmålet om hva slags samarbeid og tilnærming de to fagforeningene har til PR- og informasjonsbransjen, er skillet mellom dem tydelig. Trine Johansen i DJ fortalte at da hun ble valgt til nestleder i DJ, visste hun ikke så mye om kommunikasjonsbransjen hun skulle representere. Derfor reiste hun ut på feltbesøk til ulike arbeidsplasser der kommunikasjonsarbeidere jobbet for å lære mer:

«Det var riktig interessant. Jeg forsto mer av hva de gjør og hvordan de jobber. Mange av dem er gode i sin jobb.»

Som oppfølging spurte jeg Hege Iren Frantzen om hun har gjort noe lignende, eller kunne tenke seg det:

«Det er viktig å vite hvordan kommunikatørene jobber. Men vi ser det i praksis. Vi møter stengte dører, de bruker 4 timer på å godkjenne et sitat osv. Men vi må ha kjennskap, det er jeg enig i. Vi i ledelsen i NJ var i Danmark i 2007 på studietur. Det var interessant. Men vi har ingen planer om å reise på noe studiebesøk nå»

Jeg synes historien til Johansen og svaret til Frantzen gir et godt bilde på hvordan de to fagforeningene på dette området tilnærmer seg PR- og informasjonsbransjen ulikt. Denne type resonnementer kom fram flere steder i intervjuet.

Intervjuene med fagforeningene viste som forventet også mange likheter. De to foreningene har begge fokus på å være en fagforening med fokus både på lønns- og arbeidsvilkår, og på å være en viktig faglig stemme i den journalistfaglige debatten i sitt land. De er begge helt på linje i tilnærmingen til profesjonelle normer, regler og etikk, også når det gjelder avgrensningen mellom journalistikk og PR. Som organisasjoner har de jevnlige møter, og anser seg som søsterorganisasjoner.

### 8.3 Geir Terje Ruud

Geir Terje Ruud var en meget god kilde for denne oppgaven. Han har jobbet som journalist i flere norske medier, mange år i VG. Tidlig på 2000-tallet jobbet han som nyhetsleder i avisen, før han i 2008 ble hentet til Danmark og tabloiden Ekstrabladet for å videreutvikle deres digitale satsing. Han har dermed jobbet i redaktørstillinger for de største mediehusene i begge land, i nyere tid. Han driver nå sitt eget rådgivingselskap Ruud & co der flere mediehus i Norge og Danmark står på kundelisten<sup>41</sup>. Der journalistene og fagforeningen representerer sitt eget land og kultur, besitter Ruud, gjennom de stillingene han har innehatt, et fugleperspektiv, som betrakter begge mediasamfunnene med unik kompetanse. Det kan selvfølgelig være, noe han selv også innrømmer, at hans meninger er påvirket av at han er norsk og har sin bakgrunn i norsk journalistikk. Han var i intervjuet dog ikke ensrettet positiv til det ene landet framfor det andre. Han trekker fram positive og negative elementer i begge lands mediekultur.

I intervjuet med Ruud hadde jeg egentlig kun et spørsmål med ulike underkategorier; «Hva mener du er forskjellen på Danmark og Norge med hensyn på ...?» Det er de samme

---

<sup>41</sup> Les mer på [www.ruudco.no/om-ruud-co](http://www.ruudco.no/om-ruud-co)

kategoriene som jeg har vært innom i de andre intervjuene, men intervjuet med Ruud ble mer til underveis. Jeg ville ikke binde meg til mange spørsmål han ikke var interessert i eller kunne svare på. Jeg ønsket i stor grad at han skulle snakke om de ulikhetene mellom landene han selv hadde reflektert mest over. Jeg kom selvfølgelig inn på de ulike temaene som var sentralt i de andre intervjuene, men gikk raskt videre hvis han ikke hadde noen mening eller mente det irrelevant. I så måte skilte dette intervjuet seg fra de andre i denne oppgaven. Jeg opplevde Ruud som engasjert og ærlig i intervjuet. Det var viktig for meg at han ikke gravde dypt etter ubetydelige forskjeller som dermed kunne bli gjort større enn de er.

Det første spørsmålet jeg spurte Ruud var åpent; «Hva mener du er den største forskjellen på journalistikken i Danmark og Norge?».

«VG og Dagbladet, Aftenbladet og Ekspresen har skapt en god nordisk tabloidtradisjon som ligner mye mer på en omnibus (for alle) enn de store danske. De har et mer sobert utgangspunkt, mens de danske tabloidene går mye lenger slik som de britiske tabloidene. Mye mer direkte og brutale, og noen ganger går det over i tacky journalistikk. Jeg synes tabloid-journalistikk er fantastisk, men ikke slik som det noen ganger kommer til uttrykk i danske tabloider. Noen tror at en halvnaken dame på side 9 er god tabloid-journalistikk. Det er det ikke. VG ville aldri trykket et slikt bilde hvis det ikke var en relativt god journalistisk forankring og grunn. Der synes jeg skillet var merkbart.»

Ruud mener med dette altså at det er stor forskjell i selve resultatet av journalistikken, produktet. Han peker med dette sitatet på det flere har hevdet, at Danmark i større grad en de andre nordiske landene beveger seg mot den liberale mediemodellen (ref kap 3, Hallin og Mancini 2004, Rasmussen 2014, Nord 2008). Dette speiler også måten journalistene jobber fram produktet på, mener han. Han tror noe av årsaken kan være at det danske mediesamfunnet er mer polarisert enn det norske:

«Hvis du leser Politiken, så leser du ikke Berlingske. Hvis du leser Ekstrabladet, så leser du ikke BT. Det er mange som aldri vil røre navngitte aviser i Danmark. Hvis du er født i en Berlingske-familie, bytter du ikke til Politiken. Det er ikke det samme i Norge. Selv ateister leser Vårt land, høyrefolk leser Klassekampen og de som mener Morgenbladet alltid bør leses, leser også VG.»

Ruud tror denne polariseringen gjør at sakene vinkles ulikt i de ulike danske mediene. Det er stor forskjell på hvordan Jyllands-posten og Politiken vinkler samme historie. Denne forskjellen ser man ikke like tydelig i Norge. Ruud mener det er et større mediemangfold med opp mot 10 like store, nasjonale avisaktører og to likeverdige nyhetsmiljøer på TV i Danmark, ikke den samme bredden i Norge.

På spørsmål om forholdet mellom journalistikken og PR- og informasjonsbransjen, mener han også at det er noen klare forskjeller. Det er et større samrøre mellom journalister og politikere

i Danmark enn i Norge. Flere av de politiske journalistene har kontorer på Borgen (danske Folketinget) enn på Stortinget, og han tror det fører til at de i større grad har nærere personlige forbindelser enn hvis flere hadde base i redaksjonen, som i Norge. Dette er i tråd med dansk kilde mann, som trakk fram at det var politikere som reagerte sterkest da han byttet bransje, og sviktet «vår felles sak».

Ruud opplever også at det var betydelig flere som bytter jobb mellom journalistikken og PR-bransjen i Danmark. Han tror det er mange som går fra journalistikk til kommunikasjon i Norge også, men færre som kommer tilbake til journalistikken.

«I Danmark er det en evig runddans. Særlig i høyere stillinger på redaktørnivå. Tunge stillinger. Jeg synes det var problematisk da jeg jobbet der, men det opplevde jeg ikke at mine danske kollegaer mente.»

Han forteller om flere spindoctorer for ministre som har blitt nyhetsredaktører for store medier, og trekker fram flere konkrete episoder hvor det har påvirket den utøvende journalistikken<sup>42</sup>. Ruud mener, i likhet med journalist/kommunikatør-informantene, at det ikke nødvendigvis er negativt at det på journalist-nivå ofte byttes bransje. Heller tvert imot. Han peker også på at det tilfører redaksjonene kompetanse fra «verden utenfor redaksjonen» som han synes det er for lite av i begge land. «For mange» har en journalistisk utdanning i danske redaksjoner, noe han mener påvirker redaksjonen negativt<sup>43</sup>. Han mener man mister verdifull kompetanse. En stor andel av norske journalister har også journalistisk utdanning, men andelen er høyere i Danmark (WJS). Ruud mener likevel det kan ha negativ effekt for tillitten til journalistikken, hvis publikum oppfatter at en person «En dag er journalist i Ekstrabladet, et halvt år senere spindocor for en minister, og noen måneder etter det igjen er journalist for den samme avisen. For å sette det på spissen.».

Jeg konfronterte Ruud med noen av resultatene av The World of Journalism Study som er omtalt tidligere i denne oppgaven. Spesielt det synlige spriket mellom danske og norske journalisters syn på og vektlegging av etiske idealer og regelverk, har han teorier om årsakene til. I WJS svarer over 40 prosent av de danske respondentene at medielovgivningen og profesjonsetiske regler har liten eller ingen innflytelse på arbeidet, kun 9 prosent av de norske

---

<sup>42</sup> Jeg har ikke ettergått disse historiene til Ruud, og forteller de derfor anonymt. Jeg mener de var såpass troverdige at jeg tar med refleksjonen.

<sup>43</sup> Ruud mener det heller bør være en tilnærming til journalistikken der man studerer andre fag og kombinerer det med journalistisk kveldsarbeid. «Jeg vil ha journalisthøyskolen ned på 6 eller 12 måneder. Det tar bare 14 dager å lære å bli journalist. Og så tar det et liv å bli dyktig og ha det som trengt for å bli skikkelig bra.»

svarer det samme. Nesten samtlige norske journalister mener at en journalist alltid bør følge profesjonelle etiske normer, uavhengig av situasjon og kontekst, 3 av 4 danske svarer det samme.

Geir Terje Ruud tror noe av årsaken ligger i legitimiteten og sammensetningen til de utøvende organene for presseetikk, PFU<sup>44</sup> i Norge, Pressenævnet<sup>45</sup> i Danmark.

«I Danmark er staten dypt inne i medieetikken Leder av danske PFU (Pressenævnet) er en høyesterettsdommer, utnevnt av staten. I Norge er det mediene som styrer selv. Det er vondt å bli felt i PFU i Norge. I Danmark er det en rettsdommer uten særlig kompetanse på mediene som dømmer deg. Det biter ikke like mye.

Jeg var dypt uenig, i begge retninger, da vi ble felt i den danske pressenemden, og da vi ikke fikk kritikk. Jeg forsto ofte ikke linjen og jeg synes det var dårlige diskusjoner.»

Ruud sier han hadde en samtale med lederen for Pressenævnet i Danmark om ordningen. Han fortalte om den norske modellen der mange av møtene er åpne, og at de ofte streames i flere nettaviser. Høyesterettsdommeren svarte at det var helt utenkelig i Danmark. «Det ville ødelegge en god diskusjon» skal hun ha sagt.

Ruud trekker også fram at det er forskjellig praktisering av publisering av navn i rettsaker. I Danmark kan en advokat be om navneforbud for sin klient. Mediene har da ikke lov til å publisere navn på vedkommende før en eventuell dom. I Norge finnes ikke en slik domstolsbestemt regel. Slike saker diskuteres fortløpende fra sak til sak i redaksjonene. Ruud mener det er litt ulik standard på hvilken linje de ulike mediene legger seg på i Norge, men at det over tid har utviklet seg en slags standard som de fleste følger.

«I Danmark er det avhengig av hva slags advokat du har om navnet ditt står i avisen. Er du rik med en god advokat er det lettere å unngå å få navnet ditt på trykk. Har du lite ressurser og en ikke fullt så god advokat, står navnet ditt på trykk hvis du blir siktet for noe. Ofte småting, etter min mening. Mediene fulgte dette blindt da jeg jobbet der. Var det navneforbud brukte man ikke navn, var det ikke forbud så brukte man gjerne navn og bilde på en siktet. Jeg mente mange ganger at man navnga fordi siktede ikke var viktig nok, og forbrytelsen for liten i forhold til belastningen det var å bli hengt ut i mediene.

Det er få interne pressediskusjoner på dette i Danmark. Alle følger bare regelverket. Det kan hende at mediene i Norge er litt for forsiktig på dette området. At mediene kan bli mer tøffe på etiske problemstillinger. Men det er i alle fall en diskusjon hver gang.»

Han tror ikke svarene i WJS nødvendigvis representerer dårligere etiske standarder. På spørsmål om dette har ført til lavere legitimitet for overnevnte organer og regelverk, er han bare delvis enig i.

---

<sup>44</sup> <http://presse.no/pfu/dette-er-pfu/>

<sup>45</sup> <http://www.pressenaevnet.dk/Om-Pressen%C3%A6vnet.aspx>



«Det kan hende de svarer slik fordi de ikke trenger å tenke på etikk i det daglige arbeidet. Det er liksom overlatt til domstolene. Hvordan man håndterer etikk er ikke et resultat av gode redaksjonelle diskusjoner, men av udiskutable regler.»

Denne ulikheten mellom dansk og norsk presseetisk praksis og regelverk blir kort presentert i Paul Bjerkes doktoravhandling om journalistisk profesjonsmoral (Bjerke 2009 s. 39-40).

Geir Terje Ruud mener også på generelt grunnlag at tonen er noe spissere i det danske ordskiftet. Det smitter over til avisene også. Han er heller ikke overasket over at de danske journalistene identifiserer seg mer med Watchdog-rollen i WJS. Han tror det kan ha noe med den polariseringen han mener å se i det danske mediesamfunnet. Han står likevel fast på at det er mye god tabloid Watchdog-journalistikk i Norge, men at de virkelig gode avsløringene har han sett i danske medier. Han synes også at det er flere gode vaktbikkje-journalister «ala Eirik Mosveen i VG» i Danmark.

På spørsmål om fagforeningens organisering er årsak til ulikheter i journalisters tilnærming til PR- og informasjonsbransjen, har han ingen særlige meninger. Han mener fagforeningen bør tenke på lønns- og arbeidsvilkår, og la presseforbund og andre ta seg av det faglige. Ruud mener den danske organiseringen er fornuftig fordi mobiliteten og arbeidsverktøyene i de to yrkene er så like som de er.



## 9 Diskusjon/konklusjon

Jeg har to overordnede forskningsspørsmål jeg gjennom teori, kvantitative og kvalitative data har forsøkt å belyse i denne oppgaven. Jeg vil i dette kapittelet forsøke trekke sammen teorien og undersøkelsene for å konkludere på de to.

- Hvilke ulikheter er det i synet på PR- og informasjonsbransjen og journalistisk kultur blant journalister i Norge og Danmark?
- Kan organiseringen av fagforeningene forklare ulik tilnærming til PR- og informasjonsbransjen og forståelsen av journalistrollen i de to landene?

Jeg starter denne konklusjonen med det grunnleggende spørsmålet; *Er det i denne oppgaven avdekt noen forskjeller i synet på PR- og informasjonsbransjen og den journalistiske kulturen blant journalister i Danmark og Norge?*

Svaret er definitivt ja. Både den kvantitative undersøkelsen World of Journalism Study (WJS) og forskningsintervjuene viser at man på flere områder kan konkludere med ulikheter.

Er disse forskjellene betydelige?

Det er vanskelig å konkludere entydig på det i denne oppgaven. På områdene som er behandlet i denne studien, som journalistisk profesjonalisme, etikk og rolleforståelse, plasserer de norske og danske journalistene seg tett på hverandre i en internasjonal kontekst. Dette er helt i tråd med tidligere studier og teori (Hallin og Mancini 2004, Ohlsson 2015, Nord 2008, Hovden 2016, in review), selv om det i journalistenes forhold til etisk regelverk og praksis ser ut til å være til dels betydelig ulikheter i statusen til denne.

Hvordan kommer så disse ulikhetene til uttrykk i de to landene?

Store deler av teorien og komparative studier på mediesystemer plasserer Danmark og Norge som like land i en internasjonal kontekst (Hallin og Mancini 2004, Ohlsson 2015, Nord 2008, Hovden 2016, in review). Mediehistorien og utviklingen av journalistisk utdanning og profesjonsforståelse har store likhetstrekk (Ottosen 2004, Willing 2016, Hovden m.fl 2016a). Flere studier har vist at det politiske systemet og den politiske journalistikken, hvis man ser denne separat, også har betydelige likhetstrekk (Ihlen, Skogerbø og Allern 2015, de Vreese,

Esser og Hopmann, 2017). Overordnet virker det å være like idealer når det kommer til forståelsen og definisjonen av journalistrollen, og at bevisstheten er lik om hva god journalistikk bør være. Intervjuene med både journalister og fagforeningene danner et samlet inntrykk av dette. Objektivitetsidealet står sterkt, der anerkjennelsen av seg selv som journalist og viktigheten av å fylle journalistiske idealer, er viktige elementer. Dette er også konklusjonen i de nordiske studiene av journaliststudenter det siste tiåret, Ottosens analyse av moderne utfordringer for journalistrollen, og den danske studien av verdiene til danske journalister (Hovden 2016, Ottosen 2015, Albæk m.fl 2014).

Jeg vil fortsette med den journalistiske kulturen med henblikk på etikk. Det er på dette området de to lands journalister skiller seg tydeligst fra hverandre i svarene i WJS. De norske journalistene er samstemte i normen om at journalistisk etikk skal følges uavhengig av situasjon og kontekst, kun 3 av 4 danske journalister svarer det samme. De norske journalistene oppgir i klart større grad enn de danske journalistene at landets etiske regelverk og lover er viktig for dem i det daglige arbeidet. Den samme tendensen kan vi lese ut av de nordiske studentundersøkelsene. Informanten Geir Terje Ruud har jobbet som redaktør i nasjonale tabloidaviser i begge land. Han bekrefter ut ifra sine opplevelser at det er et klart skille i måten det etiske regelverket blir håndhevet. Hans teori er at organiseringen av den presseetiske «domstolen» i de to landene er en hovedårsak til resultatene i WJS om dette tema. PFU i Norge er satt sammen slik at det er representanter for mediene selv som tar stilling til de ulike sakene som klages inn. Møtene er offentlig tilgjengelige via stream på nett. I Danmark er det en høyesterettsdommer utnevnt av staten som leder Pressenævnet, der diskusjonene går for lukkede dører (Bjerke 2009 s. 39-40). Ruud tror dette gjør at danske journalister ikke er så opptatt av å diskutere presseetikk i det daglige i redaksjonen fordi grenseoppgangen virker mer rigid og fastsatt. Det er likevel vanskelig å fastslå om ulikheten i svarene i undersøkelsen kommer av de ulike selvdømmeordningene slik Ruud hevder, eller om det er den journalistiske kulturen i landet som har påvirket reglene og lovene.

Vi kan uansett konkludere med at det går en rød tråd gjennom utdanningsløpet og ut i yrkeslivet i tilnærmingen til etikk, der de norske journalistene har mer fokus og motivasjon for å overholde det etiske regelverket. Informant Ruud bekrefter at dette ikke bare er journalistene holdning, men noe som gir utslag i den daglige praksisen i nyhetsrommet. Forskjellene som er avdekket på dette området var et noe overaskende funn, gitt teorien om at de nordiske landene har lik forståelse av etikk og rolleoppfatning, og at disse profesjonelle

standardene blir stadig mer universelle over hele verden. Hanitzsch (2011), som har gjort et betydelig antall komparative studier på dette feltet, har dog tidligere observert at det kan være betydelig forskjell i rolleoppfattelsen blant journalister innenfor de samme mediesystemene i vesten.

De nordiske forskerne som sammen har undersøkt den journalistiske rolleforståelsen i de to landene finner at de danske journalistene knytter seg sterkt til rollen som Detached Watchdog. Norske journalister skiller seg på dette området fra resten av de nordiske landene ved å ha en langt svakere tilnærming til denne rollen i WJS (Hovden 2016, in review). Selv om jeg valgte å legge til flere spørsmål som kan tenkes høre inn under denne rollen, førte ikke det til nyansering av dette bildet. Kontroll mot andre faktorer som kjønn, arbeidssted, arbeidssituasjon viste at forskjellen ikke kan forklares av ulikheter i selve utvalget. Idealene som ligger under begrepet vaktbikkje er sett på som et ideal i store deler av den vestlige verden (Hanitzsch 2011, Hovden 2016, in review).

Intervjuene med informantene bekrefter på noen områder dette bildet. De danske kildene identifiserte seg i sin rolle som journalist veldig mot å være kritisk mot maktstrukturer i samfunnet, både ledende politikere, Spindoctorer eller næringslivstopper. Disse idealene ble ikke trukket like mye frem av de norske kildene. Norsk kilde mann jobbet som gravende journalist i forrige jobb, og var mer på linje med de danske kildene. Denne observasjonen kan dermed godt bære sterkere preg av individuelle holdninger og erfaringer heller enn landegrense. Informant Geir Terje Ruud bekrefter dog denne tendensen. Han mener å se et mer polarisert mediesamfunn, med tøffere tone og karakteristikk av aktører, og flere skarpe kritiske journalistiske frontfigurer i Danmark. Han er ikke overasket over resultatene på dette området i WJS. Flere av de nordiske studiene har også pekt på at Danmark er det landet i Norden som i størst grad beveger seg mot det liberale mediesystemet på flere områder, også på profesjonsområdet (Nord 2008, Rasmussen 2014). Der står Detached Watchdogs-rollen sterkt. Denne studien bekrefter denne tendensen.

## **9.1 Grenseoppgang mot PR- og informasjonsbransjen**

Et viktig tema i denne oppgaven er journalistenes grenseoppgang til PR- og informasjonsbransjen. Ottosen (2004) trekker grensen opp mot andre yrker som en av sju

konfliktlinjer mot det journalistiske rommet han mener har bidratt til å definere journalistrollen. I kapittelet om *Journalistikk som profesjon* lanserer jeg nye elementer som legger større presse på dette rommet i nyere tid, som teknologisk utvikling, moderne arbeidsliv og Content Marketing. Alle disse elementene går i ulik grad inn i denne konfliktlinjen. Dette er en interessant grenseoppgang i disse dager når vi ser at presset fra PR- og informasjonsbransjen kan sies å ha økt, mens det blir færre journalister<sup>46</sup>. En motivasjon til å studere denne grenseoppgangen nærmere, er organiseringen av fagforeningene, der DJ organiserer kommunikasjonsmedarbeidere (og flere andre yrkesgrupper), mens NJ besluttet på slutten av 90-tallet at kun journalister skal kunne være medlem. Jeg behandler fagforeningenes innflytelse i en separat diskusjon.

The World of Journalism Study viser at de danske journalistene i større grad opplever å bli påvirket av indre og ytre kilder enn det de norske journalistene gjør. Av konkrete ytre kilder som kan synes å høre inn under en definisjon av PR- og informasjonsbransjen er andelen som føler at politikere, PR og forretningsfolk påvirker arbeidet til journalisten større i Danmark enn i Norge. I Norge føler nesten ingen journalister påvirkning fra disse gruppene, under 5 % i alle de tre kategoriene. I Danmark føler opp mot 10 prosent påvirkning fra denne type kilder. Det er likevel ikke uttalt i WJS om den påvirkningen de oppgir å føle, oppleves som negativ eller positiv. Informant Geir Terje Ruud forteller om konkrete episoder fra tiden som redaktør der han mener en slik påvirkning i praksis fikk konsekvenser for journalistikken som ble laget. Han opplevde ikke lignende episoder i Norge. Dette kan tyde på at det er noe mindre autonomi i danske redaksjoner enn i de norske. Journalistisk frihet er sett på som et av de mest grunnleggende kravene for journalistisk praksis og journalistens mulighet til å gjennomføre sin sosiale funksjon i samfunnet. Samtidig viser tidligere studier og WJS at det er mange andre områder enn politisk og økonomisk innflytelse som opplevdes kraftigere (Hanitzsch and Mellado 2011 s. 405 (2)). Dansk kilde mann peker på en utvikling der «spindoctorer og kommunikasjonsfolk» har fått større makt de siste årene. Dette er tidligere bekreftet i flere danske studier (Kristensen 2009). Det er dog tegn til samme utvikling i Norge (Allern 2015).

Intervjuene med informantene indikerer at journalister i Danmark i større grad enn de norske er åpne for å ta jobber i kommunikasjonsbransjen. De norske Journalistene/kommunikatørene som ble intervjuet i denne studien oppgir at de synes det var en stor beslutning for dem da de

---

<sup>46</sup> <http://www.aftenposten.no/kultur/Journalistene-blir-farre---PR-bransjen-vokser-81791b.html>

byttet bransje. De danske informantene i denne gruppen hadde ikke de samme kvalene, men fokuserer mer på motivasjonen av å bruke sine kvaliteter på en ny måte. Informant Geir Terje Ruud mener å se samme mønster i holdningen til dette i de to landene, og kaller det for «en evig runddans mellom PR og journalistikk» i Danmark, noe han mener skjer i mindre grad i Norge. Spesielt mener han å se at det er få som bytter tilbake til journalistikken igjen etter å ha jobbet med kommunikasjon i Norge. Danske Allan Boye Thulstrup sier det å jobbe i kommunikasjonsbransjen var noe hans studiekrets snakket om allerede mens de gikk på journalistutdanningen. Han sier at flere av hans studievenner i sin praksisperiode jobbet som kommunikasjonsmedarbeidere. Dette bekrefter de nordiske studentundersøkelsene. De norske studentene hadde ikke det samme foretrukne ønsket om å jobbe med PR etter endt utdanning (Hovden og Ottosen 2016).

Samtlige informanter mener dog at det ikke nødvendigvis er noe negativt at journalister bytter litt mellom de to yrkene. De mener tvert imot kan være en viktig tilvekst til homogene redaksjoner at noen som «har sett verden utenfor» kommer tilbake. Dette trekker både de norske og danske informantene og Geir Terje Ruud fram i intervjuene. Ruud mener likevel debattene rundt bytte av bransje er «helt fraværende» i Danmark. Han tror alle byttene kan skape lavere tillit hos publikum på sikt, og derfor er svært negativt i det omfanget som er i dag.

Men selv om det virker som om det er tettere forbindelser for danske journalister i det daglige samarbeidet mellom de to yrkene, og at det virker som om veien til bransjebytte framstår enklere og mindre fordomsfull – er bevisstheten om yrkesetikk og rolleforståelse fortsatt veldig sterk. Dansk kilde mann beskriver forskjellen mellom yrkene slik:

«Det er diametrale forskjeller på å arbeide som journalist og kommunikasjonsmedarbeider»

Norsk kilde mann trekker likevel fram en episode der hans danske kollega omtalte kommunikasjonsmedarbeidere i sin organisasjon for journalister. Det kan tyde på at journalisttittelens definisjon er uklar for flere i det danske mediesamfunn. Ottosen (2004) mener om journalistrollen at klare grenser mot andre yrker er en viktig for rolleforståelsen.

WJS viser som nevnt at de danske journalistene er mer kritiske til politisk og økonomisk makt (Detached watchdog) enn de norske. Intervjuene bekrefter at de danske journalistene har et klarere fiendebilde mot det de definerer som «spindoctorer» enn de norske virker å ha. De

danske journalistene som er intervjuet i denne oppgaven, trekker klart fram at påvirkningen fra denne gruppen var noe de ser negativt på, og noe de i stor grad jobber mot. WJS viser at en stor del av journalistene i begge land opplever lik grad av frihet når det gjelder å velge nyhetshistorier, og hvordan disse skal vinkles. Disse funnene bekrefter konklusjonen i *Den danske journalist* som kommer frem til at de profesjonelle normer for god journalistikk fortsatt består, selv om mediebransjen er inne i en turbulent tid (Albæk, 2015).

Oppgaven stiller også spørsmålet om *organiseringen av fagforeningene kan forklare ulik tilnærming til PR- og informasjonsbransjen og forståelsen av journalistrollen i de to landene?*. Det kan ikke funnene i denne oppgaven gi et klart svar på da det er vanskelig, om ikke umulig, ut ifra de data som er tilgjengelige å konkludere med at det er en korrelasjon tilstede. Det er likevel noen tegn på at fagforening som organisasjon kan ha en innvirkning på forholdet mellom de to bransjene. Nesteleder i DJ var gjennom hele intervjuet mer positiv i omtalen av PR- og kommunikasjonsbransjen enn den norske nestlederen. Organiseringen av DJ, der begge yrkesgrupper kan være organisert, innbyr til større grad av samarbeid. Det er stor oppslutning blant de danske informantene om DJs modell, og de er fornøyde med fortsatt å ha muligheten til å være medlem selv om de jobber som kommunikasjonsmedarbeidere. Dette kan ha gjort bransjebyttet enklere for flere av dem. Ingen av dem tar til orde for å endre dette, selv konfrontert med NJs modell, der de som slutter som journalist blir kastet ut. Informantene og nestleder Trine Johansen trakk fram den økte kunnskapen mellom journalister og kommunikasjonsmedarbeidere, i tillegg til den samlede kraften i kampen for bedre lønns- og arbeidsvilkår, som en viktig grunn til å stå sammen. NJs nestleder avviser at den danske modellen kan bli innført i NJ. Det er heller ikke et sterkt ønske fra de norske informantene. Hege Iren Franzen mener grenselinjen mot andre yrker er et viktig argument. Ottosens (2004) idealer for journalistrollen blir dermed fulgt av den norske fagforeningen, mens det er en mer diffus grenseoppgang i den danske.

Intervjuene med både journalister/kommunikatører og fagforeningen indikerer at organiseringen kan ha påvirkning for tilnærmingen til PR- og informasjonsbransjen i de to land. Det virker å være en kortere vei mellom bransjene i Danmark enn i Norge. Måten informantene omtaler disse byttene og reaksjonen på dem, tyder på at det har blitt bygd en kultur for dette i Danmark. Det er viktig for de danske informantene fortsatt å kunne være medlem av DJ etter at de skiftet bransje, og det har gjort jobbyttene lettere. Gjennom den felles organiseringen virker det også som om respekten for hverandres yrker har blitt større.



Tilnærmingen nestlederen i DJ hadde da hun ble valgt inn, var å reise rundt til arbeidsplassene til medlemmer som jobber med kommunikasjon for å lære mer av yrket. NJs nestleder avviste en slik studietur med at hun allerede godt vet hva kommunikasjonsmedarbeidere gjør; «...vi ser det i praksis. Vi møter stengte dører, de bruker 4 timer på å godkjenne et sitat osv...».

Hvordan dette spiller seg ut i det daglige arbeidet er mindre klart. WJS viser at danske journalister opplever mer påvirkning enn de norske. Dette kan derimot ikke kobles direkte til fagforeningens organisering. De danske informantene i studien er tydelig på at de er kritisk innstilt til samarbeidet mellom yrkesgruppene, og at de er på vakt for de informasjonssubsidier som kommer fra kommunikasjonsmedarbeidere og Spindoctorer.

Som en kort oppsummering av denne delen av konklusjonen er at danske journalister opplever større grad påvirkning av PR- og informasjonsbransjen i det daglige arbeidet enn de norske. De er likevel svært bevisste på sin rolle som journalist i møtet med denne bransjen, selv om de virker til å ha lettere for å bytte mellom journalist- og kommunikasjonsjobber gjennom egen karriere. Funn i denne oppgaven viser at det er identifiserbare forskjeller i tilnærmingen til PR- og informasjonsbransjen mellom de to land, både i holdning til og innflytelse fra den. Det kan virke som om organiseringen av DJ og NJ kan ha innvirkning på disse forskjellene.

## 9.2 Videre forskning

Denne oppgaven har sett på hvilke forskjeller det er i norske og danske journalisters syn på PR- og informasjonsbransjen og journalistisk kultur. WJS og intervjuene med de 9 informantene avdekket forskjeller på flere områder. Hvordan dette påvirker journalistikken i praksis har denne studien ikke behandlet. Informanten Ruud har noen betraktninger om dette i intervjuet jeg gjorde med han, men da dette ikke var hovedfokus for oppgaven valgte jeg ikke å følge opp rundt dette. Han mener å ha sett eksempler på hvordan samrøret mellom journalister og PR har fått konkrete konsekvenser for den utøvende journalistikken. Det kunne være interessant å studere dette videre i lys av denne studien.

Denne oppgaven er en komparativ studie mellom Danmark og Norge. Det kunne vært naturlig å inkludere alle de nordiske landene, spesielt Sverige. Grunnen til at jeg valgte å studere to land, er at dette gir en mer direkte sammenligning. Det kunne fort blitt komplisert og

forvirrende å inkludere flere land i studien. I denne oppgaven var det også et spørsmål om kapasitet og ressurser. Det er gjort en rekke studier som sammenligner de nordiske land, men de har hatt en tendens til å være motivert av studier av Norden opp mot resten av verden. Jeg føler denne oppgaven klarer å identifisere noen forskjeller også innad i Norden på en god måte.

Jeg har i denne studien likevel hatt et overordnet syn på forskjellen mellom danske og norske journalister (jeg kunne helt sikkert puttet flere faktorer inn også). Det kunne vært interessant å snevre inn fokuset på noen enkeltområder. De områdene som etter min mening viser størst ulikhet er tilnærmingen til etikk, og rolleforståelsen som journalist. Intervjuet med informant Geir Terje Ruud ble gjennomført i etterkant av de andre intervjuene i studien. Hans opplysninger om ulikhetene i hvordan PFU og Pressenævnet behandler sakene som kommer inn, er noe det ville vært svært interessant å studere videre. Jeg skulle gjerne ha konfrontert de andre informantene med denne forskjellen. Som en anekdote fortalte Ruud om et prosjekt han nylig hadde jobbet med i forbindelse med demokratiseringen av Myanmar. Der vil de nå innføre den danske modellen med Pressenævnet. Ruud reflekterer over hva som da blir konsekvensen:

«Da vil det sitte et utvalg hvor militære i uniform vurderer kvaliteten til journalistikken. Man kan jo bare tenke seg hvordan de kommer til å behandle kritisk journalistikk mot egne «tropper». Nå er jo ikke denne organiseringen helt vanvittig i et fredelig demokrati som Danmark, men det viser vel litt av hva prinsippene i et sânt system kan føre til.»

Som forsker synes jeg det er et pirrende utgangspunkt for en studie.

# Litteraturliste

- Albæk, Erik; Van Dalen, Arjen; Pihl-Tingvad, Signe; Skovsgaard, Morten and De Vreese, Claes. (2015) *Den danske journalist. Værdier, produktion, indhold*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Allern, Sigurd (2015) *Journalistikk og kildekritisk analyse*. Cappelen Damm Akademisk.
- Barland, Jens; Olsen, Ragnhild (2015) "Innholdsmarkedsføring testet på lesere av nettaviser." *Høgskolen i Gjøviks rapportserie, 2015 nr. 5*.
- Barland, Jens (2016a) *Innholdsmarkedsføring – Konsept, forretningsmodeller, juss, etikk og praksis*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk/NOASP
- Barland (2016b) Tekstrekklame – "Digitaliseringen løfter fram igjen journalistikkens eldste problem." *Nordicom Information 38 (2016) 1: 61-68*
- Baumann, Zygmunt. (2006) *Flydende modernitet*. København: Hans Reitzel.
- Berkowitz, Daniel A. (2009) "Reporters and Their Sources." in Whal-Jorgensen, K & Hanitzsch, T. (2009) *The Handbook of Journalism Studies*. New York & London: Routledge.
- Bjerke, Paul. (2009) *Refleks eller refleksjon? - En sosiologisk analyse av journalistisk profesjonsmoral*. Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo. (Acta Humaniora).
- de Vreese, Claes; Esser, Frank and Hopmann, David Nicolas. (2017) *Comparing Political Journalism*. New York: Routledge.
- Dwyer, Sonya Corbin., Buckle, Jennifer L. (2009) The Space Between: "On Being an Insider-Outsider in Qualitative Research." *International Journal of Qualitative Methods* 2009, 8(1).
- Fonn, Birgitte Kjos. (2015) *50 år med journalistutdanning. En historie om akademiseringen av et yrkesfag*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Gentikow, Barbara. (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Hallin, Daniel C., and Mancini, Paolo. (2004) *Comparing media systems. Three models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, Thomas. (2009) "Comparative Journalism Studies" in Whal-Jorgensen, K & Hanitzsch, T. (2009) *The Handbook of Journalism Studies*. New York & London: Routledge.
- Hanitzsch, Thomas. (2011) "Populist disseminators, detached watchdogs, critical change agents and opportunist facilitators Professional milieus, the journalistic field and autonomy in 18 countries." *International Communication Gazette* 73(6): 477-494.
- Hanitzsch, Thomas. m.fl (2011) "Mapping journalism cultures across nations. A comparative study of 18 countries" *International Journal of Press/Politics*, 2011, Vol.12,

Hanitzsch, T.; Mellado, C. (2011) "What shapes the news around the world? How journalists in eighteen countries perceive influences on their work." *International Journal of Press/Politics*, July 2011, Vol.16(3), pp.404-426

Hansen, Jens Otto K. (2006) *I Andres brød. Strategisk informasjonsjournalistikk, virksomhetskommunikasjon og Public Relations*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Hovdabrekka. (2016) Hovdabrekka. URL: <https://hovdabrekka.wordpress.com/> [Accessed 15 November 2016].

Hovden, Jan Fredrik. (2008) *Profane and Sacred. A Study of the Norwegian Journalistic Field*. Bergen: Universitetet i Bergen.

Hovden, Jan Fredrik. (2010) "Det norske journalistiske feltet. Nokre sosiale og mentale strukturar." i *Pragtiske grunde nr 3/2010* Volda: Høgskulen i Volda.

Hovden, J. F., Nygren, G. and H. Zilliacus-Tikkanen (eds.) (2016a) *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries*. Gothenburg: Nordicom.

Hovden, J. F., Nygren, G. and H. Zilliacus-Tikkanen (2016b) "A Nordic model of journalism education" in J. F. Hovden, G. Nygren og H. Zilliacus-Tikkanen (eds.) *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries*. Gothenburg: Nordicom.

Hovden, Jan Fredrik & Ottosen, Rune. (2016) "New times, new journalists? Nordic journalism students entering an age of uncertainty" in J. F. Hovden, G. Nygren og H. Zilliacus-Tikkanen (eds.) *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries*. Gothenburg: Nordicom.

Hovden, Jan Fredrik. (2016, in review) - *A Welfare state of Mind - Nordic journalists' role conception and autonomy in international context*. Journalism studies.

Ihlen, Øyvind; Skogerbø, Eli & Allern, Sigurd (red.) (2015) *Makt, medier og politikk: Norsk politisk kommunikasjon*. Oslo: Universitetsforlaget.

Journalisten (2016) Nr. 4, 31.5 2016. Dansk Journalistforbund.

Kristensen, Nete N. (2009) "Det er et spørgsmål om at gøre det nemt, men ikke at føre pennen: Den danske kommunikationsbranches medierelationer." *N O R D I C O M - Information*, 31(1-2), 81-112.

Kvale, Steinar.; Brinkmann, Svend. (2009) *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utgave. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Lauk, Epp; Hovden, Jan Fredrik; Hermans, Lisbeth ; Lab, Filip; Róka, Jolan; Seizova, Sonja; Splendore, Sergio; Tejkalová, Alice; Vos, Tim. (2016): *Impact of journalism education on the formation of professional identity and ethics: a cross-cultural perspective in Europe and North America*. World Journalism Education Congress 14-16 July 2016, Auckland, New Zealand.

- Morlandstø, Lisbeth. (2012) "Tema med visse variasjoner – en studie av utviklinga i skandinavisk journalistikkforskning." *Norsk medietidsskrift* nr. 4. Oslo: Universitetsforlaget.
- Nord, Lars. (2008) "Comparing Nordic media systems: North between West and East?" *European Journal of Communication* 15(1): 95-110.
- Ohlsson, Jonas. (2015). *The Nordic Media Market: Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden*. Gothenburg: Nordicom.
- Ottosen Rune. (2004) *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ/Høgskoleforlaget.
- Ottosen Rune. (2015) "Crises or Innovation? The Norwegian Journalist between market and ideals in the Multimedia Era." Maxwell, Richard (Red.), *The Routledge Companion to Labor and Media*. Chapter 17. s. 202-217. Routledge.
- Rasmussen, Anders Bo. (2014) "The Americanization of Danish Journalism." *Nordicom Review* 35(1): 17-31.
- Roppen, Johann & Allern, Sigurd (red). (2010) *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Schudson, M. & Anderson, C. (2009) "Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism." in Whal-Jorgensen, K & Hanitzsch, T. (2009) *The Handbook of Journalism Studies*. New York & London: Routledge.
- Syvertsen, Trine, Hallvard Moe, Gunn Enli, and Ole Johan Mjøs. (2014) *The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Willing, Ida. (2016) "We All Think the Same - Internships, Craft and Conservation in J. F." Hovden, G. Nygren og H. Zilliacus-Tikkanen (2016) *Becoming a journalist. Journalism education in the Nordic countries*. Gothenburg: Nordicom.
- Worlds of Journalism Study. (2016) Worlds of Journalism Study. URL: [www.worldsofjournalism.org](http://www.worldsofjournalism.org) [Accessed 05 October 2016].
- Ørdsdal, Gro. (2013) *Mellom barken og veden? - En studie av kommunikasjonsrådgivere i departementene: mellom nyhetsmediene og politikerne*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

# Vedlegg

Vedlegg X: Metoderapport, dansk undersøkelse WJS

Vedlegg Y: Landrapport WJS. Norge og Danmark.

Vedlegg Z: Prosjektgodkjenning, NSD Norsk senter for forskningsdata.

Vedlegg N: Tabeller fra de nordiske studentundersøkelsene (Hovden utdrag)

Vedlegg M: Intervjuguide