

Nye roller i redaktionslokalerne – Hvad danske journalister gør og bør

AF PETER BRO

Normer såvel som former for nyhedsformidling har løbende undergået forandringer i dansk mediehistorie. I denne artikel præsenteres en presseetisk model, som kan anvendes til at afdække både fortidige, nutidige og fremtidige forestillinger om journalistikkens vigtigste samfundsrolle. En model, der tidligere er blevet anvendt som et analyse-redskab af forskere til at afdække, hvad danskerne mener, at journalistikken gør og bør, men som også kan anvendes som et aktiveringsredskab af nyhedsformidlere, der har behov for et normativt navigeringsinstrument.

„Vrede over at blive forstyrret i gamle Vaner“. Sådan lød forklaringen fra Henrik Cavling (1909a), da han for knap hundrede år siden reflekterede over de reaktioner, som hans overtagelse af det redaktionelle ansvar på Dagbladet Politiken havde ført med sig. Denne forstyrrelse af de gamle vaner blandt såvel kolleger og konkurrenter som abonnenter og mere troløse avislæsere har senere læsere med større pressehistorisk overblik betegnet som en „revolution i redaktionel praksis og tankegang“ (Stangerup, 1968: 18), og et af resultaterne af denne store danske presserevolution var, at politikere, professorer og andre stærke professioner i datidens dagspresse måtte forlade redaktionslokalerne til fordel for en ny gruppe af professionelle nyhedsindsamlere og -spredere.

Denne nye profession skulle sikre, at de daglige programmerklæringer fra partierne og de mere eller mindre stenografiske gengivelser af debatterne i Folketinget, forsamlingshusene og de

andre traditionelle politiske fora skulle afløses af en mere parti-neutral nyhedsformidling. „Bladet staar frit til Pengemagt og Partier. Upaavirket af uvedkommende Hensyn har det arbejdet – og arbejder det – i det Offentliges Interesse,“ som Henrik Cavling (1909a) formulerede det på Politikens 25 års jubilæum i 1909. Denne programmerklæring – som var mere presseetisk end partipolitisk – kan man med fordel forholde sig kildekritisk til, for langt op i det 20. århundrede var der vidnedsbyrd i Politiken om avisens parti-politiske tilhørsforhold.

Men Henrik Cavlings presseetiske programmerklæring markerede ikke desto mindre et fokusskift fra “views” mod “news”, og udover at introducere nye redaktionelle reservater – såsom kronikken, hvor mennesker med forskellige politiske og kulturelle synspunkter kunne ytre sig – førte den kontroversielle „Journalisme“ (se blandt andet Harald Nielsen, 1907) nye redaktionelle redskaber med sig. Ikke mindst reportagen, hvor den nye profession af journalister selv drog ud for at indhente historier frem for at stenograferede sig en seneskedehinde betændelse til, og interviewet, hvor journalisterne ikke længere nøjedes med at opsætte indsendte *views* fra beslutningstagere i samfundets øverste lag, men også selv indhentede synspunkter i form af *interviews* fra mennesker, der ikke tidligere havde haft adgang til pressens spalter.

Interviewet og reportagen havde nok været anvendt ved tidligere lejligheder – blandt andet af Henrik Cavling, mens han selv arbejdede som menig medarbejder. Men med forfremmelsen blev de for alvor fremmet i redaktionsmiljøet og anvendt på nye måder og til nye formål. Ikke mindst i forbindelse med den Aktionsjournalistik, som Cavling mente var nyhedsformidlingens fremtid.¹ „[D]et er paa dette Forhold, der endnu kun er i sin Begyndelse, at Bladets Udvikling for en stor Del vil bero. Journalistiken har plantet sit Banner paa Jordklodens mest modsatte Poler, og man kunde synes, at saa var der ikke mere nyt Land for den at vinde. Men *Aktions-Journalistiken* aabner for Bladene nye og ubegrænsede Territorier,“ proklamerede han (Cavling, 1909b).

Kollegerne på Politiken og konkurrenterne i dansk dagspresse var ikke sene til at tage de nye redaktionelle redskaber i anvendelse, men med tiden skete der noget tankevækkende. De nye

„kampmidler“ (Cavling, 1909b), som Cavling havde indrulleret i aktionsjournalistikkens tjeneste, blev snart anvendt til mange andre formål, og med tiden forsvandt forestillingen om, at man skulle bedrive aktionsjournalistik simpelthen, alt imens midlerne i form af interviewet og reportagen levede videre uafhængigt af den oprindelige målsætning. Den store danske presserevolution rummer i den forbindelse en væsentlig pointe, som dog ofte bliver glemt eller gemt bag de store skygger, som Henrik Cavling og andre af datidens fremtrædende personligheder kastede udover den fremvoksne journalistik. Nemlig, at forskellige former for nyhedsformidling og forskellige normer for nyhedsformidling – det vil sige spørgsmålet om, hvad journalistikken bør – eksisterer mere eller mindre uafhængigt af hinanden.

Men når vi i disse år fejrer hundredeåret for den store danske presserevolution, som blev skudt i gang i 1905, kan det være på sin plads at minde om forskellen mellem former for nyhedsformidling og normer for nyhedsformidling. Ikke mindst fordi, journalistikken ikke blot har gennemgået formmæssige forandringer gennem de senere år, men også har gennemgået mange normmæssige forandringer. Denne artikel fokuserer på sidste del – på normerne – og henover de næste sider præsenteres og diskuteres en ny presseetisk model. En ny model, som forsøger at løse nogle af de problemer, som vi herhjemme har haft med at overføre presseetiske principper, der er udviklet i andre århundreder og i andre lande, og som har betydet, at vi har savnet en dybere forståelse for de journalistiske roller, som er kommet til at præge redaktionsmiljøerne herhjemme.

Normer for nyhedsformidling i forskningslitteraturen

Herhjemme begyndte refleksionerne over journalistikkens rolle af naturlige grunde først med den store danske presserevolution, hvor politikerne, professorerne og andre faggrupper gradvist blev forvist fra redaktionslokalerne af den nye profession af nyhedsindsamlere og -spredere. Men diskussionerne om pressens rolle begyndte længe inden, og de er fortsat længe efter, at journalisterne begyndte at besætte de fleste arbejdspladser i pressen – både herhjemme og i udlandet. Alligevel var det først fra midten

af det 20. århundrede, at refleksionen over forskellige roller i pressen og blandt pressefolk fandt en mere folkelig form, som både forskere og nyhedsformidlere kunne forholde sig til i fællesskab.

Det skete i forbindelse med udgivelsen af bogen *Four theories of the Press* (Siebert et al., 1973), der er blevet en af alle tiders bedst sælgende bøger indenfor journalistik-, medie- og kommunikations-området, og som ifølge nogle forskere er blevet for journalistikken, hvad Platons *Staten* er blevet for filosofien, og hvad Darwins *Arternes oprindelse* er blevet for evolutions-læren (Nerone, 1995). De fire presseteorier består af henholdsvis den autoritære-, liberale-, kommunistiske- og sociale ansvarligheds-teori, og en del af presseteoriernes popularitet skyldes, at disse såkaldte teorier kan overføres til forskellige nationer. USA er liberalt, Spanien blev dengang brugt som et eksempel på et autoritært system, og Sovjetunionen og USSR som eksempler på den kommunistiske (Merill, 2002), mens de nordiske lande kunne være eksempler på sidste kategori.

Gennem sidste halvdel af det 20. århundrede er de fire presseteorier dog blevet kritiseret gentagne gange. Blandt andet fordi de – “tends to rely on an outdated canon of political philosophy ... and to create superficially coherent systems of thought that are historical chimerical ...” (Nerone, 2002: 135). Som følge heraf er der de senere år fremkommet flere nye forsøg på ikke blot at afdække enkelte etiske principper men også fremtrædende roller i redaktionsmiljøerne. Disse typologier fokuserer på alt fra internationale til individuelle forhold i nyhedsformidlingen, og blandt førstnævnte kategori er forsøgene på at inddеле den vestlige verdens nationer i tre forskellige mediesystemer. Mediesystemer, der adskiller sig fra hinanden i forhold til en lang række faktorer, såsom oplagstal, partipolitisk indflydelse på pressen og staternes forskellige interventions-muligheder og -mekanismer (Hallin og Mancini, 2003).

Af denne typologi fremgår det, at den danske medieverden har mange fællestræk med andre nordeuropæiske lande (beskrevet som den demokratisk korporativistiske model), mens landene omkring middelhavsområdet udgør det andet mediesystem (den polariserede pluralistiske model) og USA og England udgør det

tredje mediesystemer (den liberale model). Fremvæksten af denne og andre internationalt orienterede typologier er blevet suppleret med en række mere individuelt orienterede typologier, som har søgt at afdække særlige karakteristika ved de redaktionelle medarbejdere i enkelte lande. Det gælder blandt andet den store værdiundersøgelse blandt amerikanske journalister, som har afdækket fire fremtrædende roller i nyhedsformidlingen på den anden side af Atlanten – “adversarial”, “populist mobilizers”, “disseminators” og “interpreters” (Weaver og Wilhoit, 1996).

Endelig har der naturligvis også været forskere, som har forsøgt at sammenkoble individuelle og internationale forhold, og mest anerkendt og anvendt blandt forskere og undervisere på journalistuddannelser er her amerikanske og tyske forskeres femnationers analyser af, i hvilken grad journalister i Italien, England, Sverige, USA og Tyskland foretager kritisk journalistik og arbejder for at fremme særlige partipolitiske ideologier (se blandt andet Patterson, 1998). Fælles for disse internationalt og/eller individuelt orienterede typologier er, at de samlet set har styrket indsigten i de mange forskellige roller, som præger redaktionelle miljøer rundt om i verden.

Men typologierne har været mindre anvendelige i forhold til analyserne af de forskellige roller i det danske redaktionsmiljø. De internationalt orienterede typologier opererer nemlig med makro-forhold, som betyder, at den på mange måder alsidige hjemlige journaliststand typisk er blevet anskuet ud fra en enkelt presserolle – eksempelvis *den sociale ansvarlighedsteori* fra de fire presseteorier eller *den demokratiske korporativisme-model* fra de tre mediesystemer. Mens de individuelt orienterede typologier har bygget på forudsætninger, som kun i begrænset omfang gør dem relevante for forholdene herhjemme.² Ikke mindst i forhold til de normative modsætninger, som er blevet synliggjort i danske redaktionslokaler og medieindholdet de seneste årtier.

Disse normative modsætningspar kan beskrives med dikotomierne aktiv og passiv, og deliberativ og repræsentativ, og for førstnævnte gælder, at hvor det tidligere var tilstrækkeligt for nyhedsformidlere at finde frem til større eller mindre problemer, så er mange hjemlige journalister i dag optaget af at fremme løs-

ninger på problemerne. „Hvad vil du gøre for at løse dette problem“, lyder spørgsmålet fra journalister stadig oftere til ministre, folketingsmedlemmer mv. sidst i artikler og indslag. Denne forskel mellem en mere passiv og aktiv nyhedsformidling synes samtidig at være blevet suppleret med et mere deliberativt fokus blandt mange nyhedsformidlere.

Det deliberative fokus er kendetegnet ved, at borgere i stigende omfang bliver inkluderet i nyhedsmedierne. Fremvæksten af nye redaktionelle reservater – såsom debatsider, call-in-programmer mv., hvor andre mennesker kan komme til orde – er med andre ord ikke stoppet med presserevolutionen for hundrede år siden, og samtidig er nyhedsformidlere begyndt at inddrage borgere, som kilder, i mange forskellige sammenhænge. En udvikling, som har resulteret i, at pressen – både den skrevne og elektroniske – samlet set er blevet stadig mere inklusiv, modtagerorienteret og præget af brugergeneret indhold (se blandt andet Pedersen et al., 1999; Hjarvard, 1999).

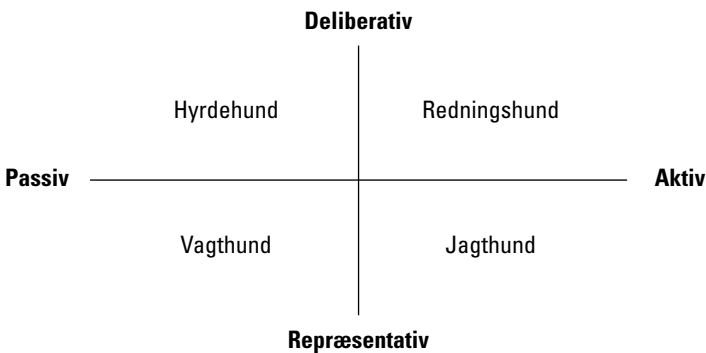
Det er alt sammen udviklingstræk, som har været med til at synliggøre nye normative grænseflader i den danske nyhedsformidling, som tidligere typologier – udviklet til andre forhold – ikke har formået at indfange, og forandringerne har fremmet behovet for nye presseetiske modeller, der kan indfange normative forhold i overgangen mellem det 20. og 21. århundrede. Et bud på en sådan ny model opstår, når man trækker akser mellem dikotomierne – passiv og aktiv, repræsentativ og deliberativ – og knytter dem sammen i et to-dimensionelt koordinatsystem. Sådan som det er illustreret i figur 1 i form af det såkaldte *Aktionskompass*, der præsenterer ligheder og forskelle mellem fire fremtrædende roller i nutidens redaktionsmiljøer.³ Fire roller, som hver især er blevet udstyret med en metaforisk betegnelse af formidlingsmæssige hensyn.

De fire roller i aktionskompasset er som andre idealtypiske modeller udtryk for „en konstruktion af tanken, hvor de forskellige egenskaber, der i virkeligheden forekommer som noget mere eller mindre, er forenede i deres maksimalt tænkelige skikkelse.“ Sådan som den danske demokratiteoretiker, Alf Ross (1967: 114), der selv arbejdede med idealtypiske analyser, har udtrykt det.

Men selvom aktionskompasset kun bør ses som en tilnærmelse af faktiske forhold, så kan analyseredskaber være mere eller mindre perspektivrige i forhold til et givent problemfelt. Eksempelvis var – og er til dels stadig – de fire presseteorier gode til at afdække internationale forskelle, men de bygger på en alt for overordnet inddeling til at være relevante i forhold til at afdække individuelle forskelle herhjemme.

Figur 1.

Aktionskompasset – fremtrædende roller i nutidens nyhedsformidling



Aktionskompasset er i den forbindelse udviklet til at afdække en række nutidige udviklingstræk blandt danske nyhedsmedier og -formidlere, og den passive og repræsentative journalistrolle, som metaforisk er beskrevet som *vagthunden*, er i den forbindelse kendetegnet ved, at journalisterne afdækker mere eller mindre presserende samfundsmæssige problemer, som udgår fra et repræsentativt system eller er repræsentative for særlige fag, forhold mv. Problemer, som det bliver overladt til publikum – både borgere og mere autoritative beslutningstagere – at afgøre, hvorvidt der skal gribes ind. Sådan er det ikke med den mere aktive og repræsentativt orienteret journalistrolle, som metaforisk er beskrevet som *jagthunden*. Signaturen for denne journalisttype er, at indslag og artikler ofte afsluttes med et „hvad vil du gøre for at løse problemerne“.

Spørgsmålet er for den aktive og repræsentativt orienterede journalist rettet mod beslutningstagere, der repræsenterer dan-

skerne i partier, organisationer og virksomheder, mens handlings-opfordringen for den aktive og deliberativt funderede journalist – metaforisk beskrevet som *redningshunden* – er orienteret mod borgere. For denne type journalist er deliberation – samtalen – mellem borgere et middel til at løse andre målsætninger, som kan strække sig lige fra bekæmpelsen af kriminalitet til styrkelsen af integrationen, hvorimod deliberationen for den passivt og deliberativt orienterede journalist – metaforisk beskrevet som *hyrdehunden* – er et selvstændigt mål.⁴ Sådan som det eksempelvis gælder for debatsiderne i aviser og debatprogrammer, hvor der hver dag, hver uge eller lignende er afsat et vist antal spalte-millimeter eller indslags-sekunder, som skal fyldes ud, men hvor journalisterne ikke nødvendigvis er så forfærdelig optaget af, hvad debatten fører med sig.

Aktionskompasset som analyseredskab

Aktionskompassets anvendelighed stopper dog ikke her. For ikke alene kan kompasset anvendes i forbindelse med afdækningen af forskellige fremtrædende roller i nutidens danske redaktionslokaler, men det kan også anvendes, når man som forsker eller nyhedsformidler skuer både bagud i historien og fremad mod nye årtier og -hundreder. Anvender man aktionskompasset som et analyseredskab i forhold til danske mediehistorie, bliver det eksempelvis klart, at forsøgene på at fremme aktive og deliberative normer for nyhedsformidling har ringe nyhedsværdi. Disse normer var faktisk en af hovedårsagerne til fremvæksten af professionelle nyhedsformidlere.

Ambitionen bag den „Aktionsjournalistik“, som Henrik Cavling knyttede så store forventninger til, var således, at den nye presse skulle samarbejde med læserne om at få løst påtrængende problemer. „Det gamle Blad indskrænkede sig til at referere: ved Siden deraf søgte det kun gennem sine Ledere at paavirke Stemmningen i bestemte Retninger (politiske og litterære), forsigtigt at dæmme op eller fremskynde“, konstaterede han således på Politikens jubilæumsdag i 1909, og fortsatte med at beskrive, hvordan „Det moderne Blad griber ind paa alle Livets Omraader, og det gaar selv i Spidsen,“ som han udtrykte det (Cavling, 1909b).

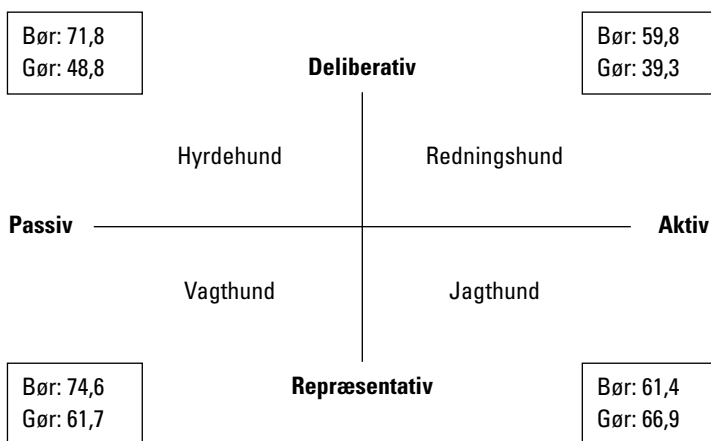
Mens „det gamle Blad“ havde fungeret som „tilskuer“ og „passiv mellemmand“ var opgaven nu at skabe „fælles foretagender“ med læserne (Cavling, 1909b), som kunne føre til bekæmpelsen af alverdens problemer lige fra alkoholisme i hovedstadsområdet til manglen på vuggestuer på Christianshavn. Opgaver, hvortil nye redaktionelle redskaber var nødvendige. Reportagen fra havnekvarterer med indlagte interviews med en arbejdsløs mand, som måtte blive hjemme og passe børn, og en dreng, hvis far var stukket af, gav således opfordringen til læserne om at hjælpe et mere kraftfuldt udtryk (Cavling, 1910). Alt sammen udtryk for, at selvom formerne for nyhedsformidling løbende udvikler sig, så er mediehistorien fyldt med eksempler på, at journalister løbende vender tilbage til tidligere tiders normer for nyhedsformidling.

At afdække sådanne historiske ormehuller kan være interessant nok, men det er måske endnu mere relevant for de redaktionelle miljøer, som frygter for fremtidens journalistik, at aktionskompasset også kan anvendes til at afdække nyhedsformidlingens normative fremtid – eller i hvert fald forskellige gruppers syn herpå. Og det er lige præcis, hvad der er sket som led i en større meningsmåling om danskernes syn på mediernes⁵, hvor et repræsentativt udsnit af danskere blev bedt om at forholde sig til, hvad de mener, at dansk presse samlet set „gør“ i forhold til de fire roller i aktionskompasset, og hvilke normer de mener, at dansk presse „bør“ søge at fremme fremover.

Metodisk giver det i den forbindelse naturligvis ingen mening at bede respondenterne forholde sig til metaforiske betegnelser. I stedet for at spørge de omkring 1700 danskere, som har deltaget i survey-analysen, hvorvidt de hellere vil have en vagthund end en jagt-, hyrde- eller redningshund, baserer analysen sig på spørgsmål, som fokuserer på, hvor aktiv eller passiv, og hvor deliberativ og repræsentativ respondenterne oplever journalistikken. Spørgsmål, som fokuserer på en „gør“ såvel som „bør“-dimension, og hvor deltagerne i telefon-survey'en har kunnet graduere deres oplevelser og opfattelser i forhold til et „I høj grad“, „I nogen grad“, „I ringe grad“ og „Slet ikke“, samt et „ved ikke“.

Figur 2.

Danskernes opfattelse af, hvad journalistikken gør – og bør – set i forhold til aktionskompassets fire roller.



Aktionskompassets fire følgefelter (se figur 2) viser de mest markante udsagn fra respondenterne. Det vil sige, hvor de har angivet, at de „i høj grad“ eller „i nogen grad“ mener, at journalistikken gør eller bør hver enkelt af rollerne, og analysen afdækker flere interessante forhold. For det første gælder, at den måske mest klassiske af alle journalistiske roller, altså vagthunden, hvor „journalister påpeger problemer og overlader det til samfundets beslutningstagere – såsom politikere, firmachefer, organisationsformænd mv.) at afgøre, om der skal gøres noget for at få løst problemerne“, stadig er danskernes foretrukne. Denne rolle mener tæt på tre ud af fire danskere, at journalisterne „I høj grad“ eller „i nogen grad“ bør leve op til.

Popularitetsmæssigt er vagthunden dog skarpt forfulgt af, hyrdehunden, idet syv ud af ti danskere mener, at journalistikken i høj eller nogen grad bør „give almindelige mennesker bedre muligheder for at blande sig i løsningen af samfundsproblemer“. Med tanke på, at de to mest populære roller befinder sig i kompassets venstre halvdel lyder den nærliggende konklusion, at danskerne foretrækker mere passive nyhedsmedier, hvor nyhedsformidlere fremlægger problemer og lader danskerne medvirke i diskussionen af disse snarere end at forsøge at fremme handling blandt borgere eller mere autoritative beslutningstagere.

Seks ud af ti danskere mener således, at journalister i høj eller nogen grad ikke blot „bør give almindelige mennesker bedre muligheder for at blande sig i debatten om løsningen af samfundsproblemer, men [...] også aktivt søge at motivere og engagere flere almindelige mennesker til selv at bidrage til løsningen af samfundsproblemer“. Samt at journalister „bør påpege problemer, men også lægge pres på samfundets beslutningstagere – såsom politikere, firmachefer, organisationsformænd mv. – for at få dem til at løse problemerne.“

Sidstnævnte rolle – metaforisk benævnt jagthunden – er dog ikke alene lavt placeret i popularitetsmålingen. Sammenholder man „gør“- og „bør“-sætterne fremgår det nemlig, at jagthunden er den eneste som danskerne oplever, at de får for meget af, og samtidig afslører denne subtraktion mellem „bør“- og „gør“-værdierne, at selvom vagthunden måske umiddelbart er den mest populære, så møder danskerne den ganske ofte i nyhedsformidlingen. Omvendt forholder det sig med de to øverste roller i aktionskompasset, hvor der er omkring tyve procent points forskel mellem, hvad danskerne mener, at journalistikken gør og bør. De mere borgerinddragende former for journalistik – hvad enten deliberationen er et selvstændigt mål eller blot et middel til at nå andre mål – rummer med andre ord umiddelbart det største redaktionelle potentiale fremover.

Vigtigt af alt er dog måske, at danskerne vil have alle fire roller, og i kort, metaforisk form lyder den samlede konklusion derfor, at danskerne gerne vil have hele hundekennelen, men at deres foretrukne rolle er vagthunden, mens de oplever, at de får for meget jagthund, og synes, at det største udviklingspotentiale er i forhold til hyrde- og redningshunds-journalistikken, som de får for lidt af i nutidens nyhedsformidling. Når det er skrevet, skal man naturligvis være opmærksom på metodiske svagheder i sådanne former for meningsmålinger. Det skyldes ikke kun spørgetekniske forhold, hvor svarenes styrke bliver svækket af, at spørgsmålene naturligvis er forenklinger af de idealforestillinger om nutidens nyhedsformidling, som denne presseetiske model indeholder.

Dertil kommer nemlig, at det er vigtigt at holde sig spørge- og svar-situationen for øje og øre. For det første er spørgsmålene rimelig komplicerede at forholde sig til over telefonen, og dernæst

gælder, at der ikke blot kan være forskelle mellem „bør“ og „gør“ blandt nyhedsformidlere men også blandt nyhedsforbrugerne. Selvom en større andel af danskerne angiver, at de gerne vil have bedre muligheder for at deltage i den offentlige debat, som medierne lægger sider og programflader til, så er det spørgsmålet, hvorvidt danskerne rent faktisk ville benytte sig af denne mulighed, hvis den samlede danske presse honorerede opfordringen fra nyhedsforbrugerne. Det er således ikke alle – hverken nutidige eller fortidige – forsøg på at inddrage danskerne i nyhedsmedierne, som er blevet modtaget lige åbent af læsere, lyttere og seere.

Aktionskompasset som aktiveringsredskab

Selvom forskere såvel som nyhedsformidlere bør være metodebevidste og kildekritiske, så kan det dog give analysen lidt rygvind i redaktionelle og andre faglige miljøer, at tendensen i svarene følger lignende undersøgelser fra de senere år. Undersøgelser, hvor nogle af spørgsmålene er blevet testet overfor et repræsentativt udsnit af danskere (Lund, 2002), og undersøgelser, hvor alle spørgsmålene er blevet testet overfor et smallere udsnit af den danske befolkning i forbindelse med undersøgelser blandt mediebrugere fra særlige medier (Bro, 2002). Denne og andre lignende analyser understreger dermed betydningen af, hvad der i denne sammenhæng er blevet beskrevet som en interesse for hele udbudet i hundekennelen, men hvad man også kan betegne som efterspørgsel på en multifunktionel nyhedsformidling. En nyhedsformidling, hvor redaktionelle ledere og medarbejdere fremmer alle fire roller i et rimeligt omfang – og under de rette omstændigheder.

Men hvordan skaber man en sådan multifunktionel formidling, hvor journalister tjener flere forskellige funktioner simultant ved skiftevis at passe på vores folkelige repræsentanter og presse dem til handling, inddrager borgerne i den offentlige samtale og forsøger at fremme deres virkelyst? Aktionskompasset kan give en del af svaret. Som mange andre symbolske repræsentations-systemer – lige fra bykort over det københavnske vejnet til fotografier af sultkatastrofer på fjerne kontinenter – er kompasset

karakteriseret ved en dobbelthed af afspejlinger og anvisninger. Eksempelvis forsøger kartografen i Vejdirektoratet med sine kort at afspejle, hvordan vej, gader og stræder er knyttet sammen i hovedstaden, men for bilister, cyklister, turister og andre kortlæsere fungerer kortet som en anvisning, og mens rejseglade pressefotografer måske ofte vil fremhæve, at deres arbejde blot afspejler forhold i Folketinget eller på fjerne kontinenter, så fungerer billederne ofte som anvisninger, der kan få både borgere og beslutningstagere til at handle.

Samme dobbelthed gælder aktionskompasset. Det blev oprindeligt udviklet for at afdække ligheder og forskelle mellem fremtrædende roller i nutidens redaktionslokaler, men kompasset er siden blevet anvendt som et anvisnings- eller aktiveringsredskab for redaktionelle ledere og medarbejdere, der skal til at formidle større eller mindre nyhedshistorier (se blandt andet Bro, 2004). For bare at tage et eksempel kan kompasset bruges til at afstemme den redaktionelle tilgang til en ny rapport, der viser, at antallet af danskere, som kommer til skade eller dør på vejene er stigende. Her vil en mere passiv og repræsentativ tilgang – vagthundsrollen – være optaget af at formidle nyhedshistorien om stigningen og eventuelt inddrage en eller flere kilder, der kan forklare den nærmere baggrund for forandringerne.

Omvendt vil nyhedsformidlere med en aktiv tilgang eksempelvis kontakte en eller flere beslutningstagere – eksempelvis en trafikminister, en trafikpolitisk ordfører fra oppositionen eller lignende – for at høre, hvad de vil gøre ved stigningen. Mange problemer kan dog være vanskelige at løse gennem lovgivning eller lignende, og derfor kunne nyhedsformidleren også aktivt forsøge at fremme handlen blandt mere almindelige mennesker ved eksempelvis at omtale et eller flere konkrete løsningsforslag, som bilister, cyklister eller beboere i andelsforeningen selv kan sætte i værk for at hjælpe sig selv. Og skulle nogle nyhedsformidlere væge sig mod en sådan løsningsorienteret tilgang, kan de overveje blot at styrke borgernes mulighed for at blive inddraget i den offentlige samtale om problemet. Alt sammen overvejelser om nyhedsformidlingens rolle, som aktionskompasset kan bidrage til som en form for normativt navigationsinstrument.

Aktionskompasset kan derfor i bedste fald være en påmindelse

om, at journalister i forbindelse med den daglige nyhedsudvælgelse og -udvikling ikke alene bør overveje forskellige former for nyhedsformidling, men også bør spekulere mere over forskellige normer for nyhedsformidling. For selvom der kan siges meget godt om veletablerede konventioner og traditioner – eksempelvis, at “without standardization, ... without routine judgements ... the editor would soon die of excitement” (Lippmann, 1922: 123), som det blev udtrykt for knap hundrede år siden – så kan nyhedsformidlere nogle gange have behov for at få brudt gamle vaner, selvom det kan føre til vrede både indenfor og udenfor redaktionslokalerne. For uden refleksion over rollerne i redaktionslokalerne ingen udvikling af journalistikken – hverken den form- eller normmæssige.

NOTER

1. Henrik Cavlings forsøg på at fremme aktionsjournalistikken var – som mange af hans andre ideer – inspireret af amerikanske forhold. Den amerikanske *action journalism* var populær på den anden side af Atlanten i slutningen af det 19. århundrede og resulterede blandt andet i, at Joseph Pulitzers avis, *The New York World*, indsamlede penge til opførelsen af Frihedsgudindens piedestal (Schudson, 1978: 105-106). Afsættet for aktionsjournalistikken var og er, at pressen ikke blot passivt skal bevidne forhold, men også aktivt bidrage til at påvirke samfundet i positiv retning gennem at sørge for alt fra konkurrencer og indsamlinger til løsningen af presserende sociale problemer (Bro, 2004).
2. En række hjemlige undervisere og forskere i journalistik har på forskellige måder bidraget til diskussionen om, hvad journalistikken bør og gør. Det er blandt andet sket gennem beskrivelser og diskussioner af en række fremtrædende etiske principper – såsom Aristoteles' *gyldne middelvej* og Kants *kategoriske imperativ* – der er baseret på forskellige tænkere, teorier og religiøse teser, og er mere eller mindre inspireret af den veludviklede tradition for media ethics på amerikanske journalistik- og kommunikationsuddannelser (se blandt andet Bjerg, 2005; Mogensen, 2000; Kruuse, 1991). Dertil kommer, at Anker Brink Lund (1999) har set på tre stadier – eller roller i den poli-

tiske journalistik – (Lund, 1997; Lund, 1999) og at Stig Hjarvard (1995) har – inspireret af udenlandske typologier – reflekteret over journalistroller i demokratiet. De sidstnævnte typologier er dog mindre anvendelige i forhold til at indfange de senere års redaktionelle strømninger, som er blevet anført i denne artikel.

3. Aktionskompasset findes i flere udgaver. En tre-dimensionel udgave med akserne *aktiv-passiv*, *informativ-kommunikativ* og *inklusiveksklusiv*, som indeholder otte idealforestillinger (se blandt andet Bro, 2004), og en mere formidlingsvenlig model som er beskrevet i denne artikel, men som indeholder knap så mange nuancer i forhold til journalistikkens formål (aktiv-passiv), form (informativ-kommunikativ) og fokus (inklusiveksklusiv) som den tre-dimensionelle model.
4. Denne sondring mellem, hvorvidt samtalen er et selvstændigt mål eller et middel til at nå andre målsætninger, er stærkt inspireret af Michael Schudson afdækning af forskellige samtale-idealer (Schudson, 1999). Han hæfter sig i den forbindelse ved den næsten ubehagelige form, som samtaler der er orienteret mod praktisk problemløsning kan antage.
5. Undersøgelsen om danskernes mediebrug blev foretaget i regi af forskningsprojektet MODINET (Medier og Demokrati i Netværks-samfundet), som samlede forskere inden for en række forskellige områder, såsom statskundskab, medievidenskab mv. Den survey-analyse, der er blevet refereret til i denne artikel, fokuserede på mange andre aspekter af danskernes mediebrug, end de her nævnte, og den er tilgængelig via MODINET's hjemmeside – www.modinet.dk.

REFERENCER

- Bjerg, Lars (2005). *Vær god – om etik, værdier og kvalitet i journalistik*, Århus: Forlaget Ajour.
- Bro, Peter (1998). *Journalisten som aktivist*, København: Forlaget Fremad.
- Bro, Peter (2002). *Trafik i avisen – en receptionsanalyse af hvordan Politikens læsere opfattede Public Journalism-projektet – Trafikliv*, Odense: Arbejdsrapport – ikke publiceret.
- Bro, Peter (2004). *Aktionsjournalistik*, Odense: Syddansk Universitetsforlag.

- Cavling, Henrik (1909). *I sidste Time*, Politiken den 25. juni 1909, p. 3.
- Cavling, Henrik (1909a). „*Politiken*“s *Læsere*, Politiken den 1. oktober 1909, sektion A, p. 9.
- Cavling, Henrik (1909b). *Bladet*, Politiken den 1. oktober 1909, sektion B, p. 3.
- Cavling, Henrik (1910). *Nogle Avisartikler*, København: Langkjærs Bogtrykkeri.
- Hallin, Daniel C. og Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hjarvard, Stig (1995). *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*, København: Medieudvalget.
- Hjarvard, Stig (1999). *TV-nyheder i konkurrence*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Kruuse, Helle Nissen. (1991) *Etik i journalistik*, Århus: Forlaget Ajour.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*, New York: Macmillan.
- Lund, Anker Brink (2002). *Den Redigerende Magt*, Århus: Århus Universitetsforlag.
- Lund, Anker Brink (1997). *Smitsomme sygdomme i dansk journalistik*, København: Munksgaard.
- Lund, Anker Brink (1999). *Journalister i det redigerede samfund*, *Politica*, 31. årgang, pp. 133-146.
- Merill, John C. (2002). *The Four Theories of the Press Four and a Half Decades Later: a retrospective*, *Journalism Studies*, Volume 3, Number 1, pp. 133-134.
- Mogensen, Kirsten A. (2000). *Arven*, Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Nerone, John C. (1995). *Last Rights*, Illinois: University of Illinois Press.
- Nerone, John C. (2002). *The Four Theories of the Press Four and a Half Decades Later: a retrospective*, *Journalism Studies*, Volume 3, Number 1, pp. 134-135.
- Nielsen, Harald (1907). *Systemet „Politiken“*, København: Det Schönberg-ske Forlag.
- Pattersen, Thomas E. (1998). “Political Roles of the Journalist”, pp. 17-32 i Doris A. Graber, Denis McQuail og Pippa Norris (red.), *The News of Politics – the Politics of News*, Washington: CQ Press.
- Pedersen, Ove K. og Peter Kjær, Anders Esmark, Maja Horst og Erik Meier Carlsen (2000). *Politisk journalistik*, Århus: Center for Journalistik og Efteruddannelse på Forlaget Ajour.

- Ross, Alf (1967). *Hvorfor Demokrati?*, København: Nyt Nordisk Forlag Arnold Busck.
- Schudson, Michael (1978). *Discovering the news*, New York: Basic Books.
- Schudson, Michael (1997). *Why Conversation Is Not the Soul of Democracy*, Critical Studies in Mass Communication, Vol. 14, pp.297-309.
- Schudson, Michael (1999). "What public journalism knows about journalism but doesn't know about 'public'", pp. 118-133 i Theodore Glasser (red.) *The Idea of public journalism*, New York: Guildford Press.
- Siebert, Fred S. og Theodore Peterson og Wilbur Schramm (1973). *Four theories of the press*, Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Stangerup, Hakon (1968). *Henrik Cavling og den moderne avis*, København: Gyldendal.
- Weaver, David H. og G. Cleveland Wilhoit (1996). *The American Journalist in the 1990s*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.