

” [...] de fortjener mere, end at vi bare kalder dem idioter ... ”

- Om forskeres forestillinger om journalister

AF CHARLOTTE WIEN

Resumé

Det er velkendt, at menneskers forestillinger om hinanden påvirker deres evne til at samarbejde. Formålet med denne artikel er at analysere, hvilke forestillinger forskere har om journalister. Undersøgelsen baserer sig på et kvalitativt datasæt bestående af interview med 10 forskere før og efter mødet med en journalist. Det viser sig, at forskerne opdeler journalister i to grupper, hvoraf den ene opfattes positivt og den anden negativt. Den gruppe, som opfattes positivt, deler en række arbejdsmæssige normer og værdier med forskerne selv. Den anden gruppe vurderes som større, og de arbejdsnormer og -værdier, disse tillægges, er forskellige fra forskernes egne og opfattes negativt. Hvad der i denne sammenhæng især er interessant er, at en række af de negative egenskaber, som den ”store gruppe” tillægges, er journalistiske kerneværdier.

Introduktion

Niels Bohr skulle have sagt, at ”sandhed og klarhed er komplementære”. Dette er ofte blevet fortolket sådan, at noget ikke kan være både sandt og klart på én gang. Jeg vil nøjes med at konstatere, at foreningen af sandhed og klarhed er målet for forskningsformidlingen. Forskningsformidling omfatter i princippet enhver formidlingsaktivitet, som forskere udfører i faglige sammenhænge. Dermed er både undervisning, foredrag, videnskabelige artikler mv. omfattet. I denne artikel er fokus på den del af

forskningsformidlingen, som foregår i nyhedsmedierne. Det er ikke nogen hemmelighed, at det er forbundet med vanskeligheder for både de journalister og de forskere, der giver sig i kast hermed. Det er disse vanskeligheder, som en stor del af litteraturen om forskningsformidling handler om.

Således har forskningen vist, at forskere og journalister konstruerer viden efter forskellige og konfliktende principper (Peters et al., 2008; Reed, 2001; Russell, 2010; Wien, 2013; Wien, Hermansen & Østergaard, 2014). Ifølge flere forskere er den eneste måde at undgå interessekonflikter mellem journalister og forskere på, at den ene profession vælger at spille efter den andens regler (Peters et al., 2008; Reed, 2001). Russell (2010:173) går så vidt, at han hævder, at kun de forskere, der er villige til at følge mediernes spilleregler, kan opnå synlighed i medierne.

Da universiteterne og sektorforskningsinstitutionerne i disse år oplever et øget politisk pres for at synlig- og retfærdiggøre forskernes arbejde i den offentlige arena, er det ikke overraskende, at et af de største vækstområder i den akademiske verden i disse år er universiteternes formidlingsafdelinger (Bauer & Gregory, 2007:40). Blandt disses hovedopgaver er at lette forskernes adgang til og samarbejde med medierne, medietræne forskerne og skaffe spaltemillimeter til dem og til deres arbejde.

Hvis målet hermed er, at forskerne skal opnå øget synlighed i medierne, er strategien lykkedes: Forskerne er ”på” i medierne som aldrig før (Albæk, Christiansen, & Togeby, 2003; Wien, 2013). Det er straks mere tvivlsomt, om det er lykkedes at sikre en bred oplysning til befolkningen og til politikerne om forskningen og dens resultater. For nyere forskning har vist en betydelig tordenskjoldseffekt, hvor det er de samme forskere, der er ”på”, mens store dele af forskningslandskabet henligger i mediemæssigt mørke (Albæk, 2011; Arnoldi, 2005; Martin, 1991; Wien, 2001). Ligeledes har det vist sig, at der er betydelige forskelle på, hvordan forskere fra de forskellige videnskabelige hovedområder optræder i medierne: Eksempelvis er det i stigende omfang forskere fra de fortolkende (humaniora og samfundsvidenskab) – og ikke fra de eksakte – videnskaber, der er synlige i mediebilledet (Albæk et al., 2003). Disse forskere optræder som eksperter eller kommentatorer på dagens nyheder og kun i ret sjældne tilfælde som egentlige formidlere af forskning. Og tilsvarende har en ny

dansk undersøgelse vist, at forskere fra de eksakte videnskaber – på trods af at de udgør hovedparten af den danske forskerstab – er langt mindre synlige i medierne. Men når de optræder i medierne, er det som hovedregel i rollen som formidlere af forskning (Wien, 2013).

At den egentlige forskningsformidling således – trods forskernes fremtrædende rolle i medierne – fortsat optager en relativt beskedne plads i medierne, kan undre: Både medier, forskerne og journalister udtrykker hver især stor velvilje over for formidling af forskning (Russell, 2010:184; Wien et al., 2014), og tilsvarende viser undersøgelser heraf, at borgerne – i hvert fald i Europa – efterspørger forskningsformidling i medierne (European Commission, 2010).

Forklaringen herpå er ofte blevet søgt i samarbejdsrelationen mellem journalister og forskere. Denne relation er siden 1970'erne blevet beskrevet med begreber som "kløft", "afstand" og "barrierer" eller med metaforer som det klassiske "olie og vand-forhold" (Peters, 2013; Wien, 2013). Flere undersøgelser har vist, at der hersker en række gensidige fordomme mellem journalister og forskere, som virker hæmmende for formidling af forskning (Gascoigne & Metcalfe, 2010; Peters, 2013; Peters et al., 2008; Reed, 2001). Andre undersøgelser har vist, at jo oftere journalister og forskere samarbejder, desto bedre bliver samarbejdet (Gascoigne & Metcalfe, 2010; Hargreaves & Ferguson, 2000; Peters et al., 2008; Roche & Muskavitch, 2003; Valenti, 1999; Weaver, Lively & Bimber, 2009). Eksempelvis konkluderede Gascoigne & Metcalfe (2010), at jo mere erfaring hhv. forskerne og journalisterne har i omgangen med hinanden, jo færre fordomme har de om hinanden.

Dette bekræftes af en nyere dansk undersøgelse, der bl.a. har vist, at når man sammenligner journalisters opfattelse af forskerne og samarbejdet med disse med forskernes ditto, så udtrykker journalisterne færre fordomme om forskerne end forskerne gør om journalisterne (Wien, 2013). Det kan forklares ved, at den gennemsnitlige journalist møder flere forskere i hverdagens kildejagt, end den gennemsnitlige forsker møder journalister.

Sammenfattende kan man sige, at det er lykkedes at synliggøre (vise) forskere, men ikke nødvendigvis dermed også at synliggøre (deres) forskning i medierne. For selvom forskerne er syn-

lige som aldrig før, så skjuler denne overflade en virkelighed, hvor meget store dele af forskningen ikke belyses, hvor trafikken dirigeres efter mediernes færdselslov, og hvor forskernes opgave hovedsageligt er at hjælpe journalisterne med at fortolke dagens nyheder og i langt mindre omfang at formidle deres forskning, og hvor der – især blandt de forskere, der ikke løbende har kontakt med medierne – fortsat hersker fordomme om medier og journalister.

Formålet med denne artikel er at undersøge, hvilke forestillinger danske forskere har om journalister.

Rationalet herfor er trefoldigt: For det første henter såvel befolkningen som politikerne det meste af deres viden om forskningen fra nyhedsmedierne (Russell, 2010:118ff). Derfor er studiet af, hvad der hhv. hæmmer og fremmer formidlingen af forskning i massemedierne, af stor betydning for den demokratiske dialog om forskningen: Hvordan skulle politikere og borgere være i stand til at træffe velbegrundede beslutninger vedrørende den skattefinansierede forskning, hvis ikke medierne sikrede dem indsigt i forskernes arbejde? For det andet har Nelkin (1999) påpeget, at på grund af mediernes betrængte økonomiske situation bliver forskerne oftere og oftere mødt af professionsuddannede nyhedsjournalister og ikke specialiserede videnskabsjournalister i forbindelse med formidlingen af deres forskning i nyhedsmedierne. Og selvom det derfor kunne være fristende at overlade ansvaret for kontakten mellem forskerne/forskningen og journalisterne/nyhedsmedierne til universiteternes presseafdelinger, så har Dunwoody (1999) vist, at 85 procent af de pressemeddelelser om forskning, som mediernes journalister modtager fra universiteternes presseafdelinger, ender i papirkurven, mens 85 procent af de henvendelser, der kommer direkte fra forskerne selv, bliver gemt. Der er dermed en del, der tyder på, at det er en god ide at studere relationen mellem den professionsuddannede og ikke-specialiserede journalist og den ikke-medievante forsker.

Og endelig er forskernes forestillinger om journalister et underbelyst emne i litteraturen om forskningsformidling. Den del af litteraturen om forskningsformidling, der beskæftiger sig med stereotype forestillinger, fokuserer på journalisters (og andres) forestillinger om forskerne (fx Nielsen & Autzen, 2011; Owens,

2011; Schneider, 2010; Sprecker, 2002), mens forskernes stereotyper om journalister mig bekendt ikke er blevet undersøgt, og da en nyere dansk undersøgelse har peget på, at i mødet mellem forsker og journalist er danske forskere mere forbeholdne over for journalister end omvendt (Wien, 2013), så synes det at være oplagt at dykke dybere ned heri.

Stereotyper og fordomme

I en mediemæssig sammenhæng er det oplagt at lade en teoretisk diskussion af denne artikels problemstilling tage udgangspunkt i begrebet stereotyp. Begrebet har sin oprindelse hos Lippmann (1998 [1921]), der i bogen "Public Opinion" i kapitlet "The Pictures in Our Heads" argumenterer for, at verden er blevet så kompleks, at det ikke er muligt for den enkelte at overskue den. Af denne grund er såvel menigmand som journalist afhængig af at kommunikere ved hjælp af forsimplede verbale billeder, som både afsender og modtager let kan genkende – stereotyper. I Lippmanns udgangspunkt er det at skabe, vedligeholde og bruge stereotyper ikke en ond sindet viljesakt, men en overlevelsesmekanisme (Pickering, 2001:18). Alligevel fik begrebet allerede i samtiden en negativ klang, fordi Lippmann samtidig kritiserede journalisterne for, at de i deres bestræbelser på at beskrive verden omkring os næsten altid vælger den vej, hvor de møder mindst modstand. Den vej ligger der, hvor de gentager allerede eksisterende stereotyper i stedet for systematisk at arbejde på at nedbryde eller nuancere dem. Anvendelse af stereotyper kommer derved til at stå som modsætning til en nuanceret forståelse af omgivelserne.

Siden da har forskningen i stereotyper fulgt to forskellige spor: Et spor inden for medieforskningen og et spor inden for socialpsykologien. Inden for medieforskningen udgør studiet af stereotyper en del af studiet af *frames* (fx Entman, 1993; Gitlin, 1980). Det begrebslige snit mellem "frame" og "stereotyp" er dog ikke ganske klart. Men i sin ofte citerede artikel hævder Entman, at afsender og modtager er styret af frames (som også kaldes *schemata*), og at disse organiserer vores formulering eller forståelse af budskaberne. Budskaberne i sig selv indeholder frames, som ...

"[...] are manifested by the presence or absence of certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments." (Entman, 1993. Min fremhævning).

Medieforskningslitteraturen fokuserer på studiet af stereotyper, som de forekommer i mediebudskabet, og dermed ikke nødvendigvis som "The Pictures in Our Heads". Derfor er det oplagt i denne sammenhæng at vende sig mod socialpsykologien, hvor litteraturen herom er mere righoldig, fordi studiet af, hvordan stereotyper skabes, vedligeholdes og nedbrydes, er et kerneområde inden for den del af socialpsykologien, der beskæftiger sig med social identitetsteori (Stagnor, 2000:1). Social identitetsteori definerer dem som (sproglige) billeder, der ...

"[...] exaggerate and homogenise traits held to be characteristic of particular categories and serve as blanket generalisations for all individuals assigned to such categories" (Pickering, 2001:10).

I forlængelse heraf ser Stangor og Schaller (1996: 64) stereotyper som en slags offentlig information om sociale grupper i samfundet, som deles af en given social gruppes medlemmer og lagres som en form for basis for gruppens fælles viden.

Også blandt socialpsykologer anses stereotyper som en forudsætning for dagligdags kommunikation, og begrebet er dermed ikke i sig selv negativt ladet (Stagnor, 2000:8). I stedet skelnes der mellem på den ene side stereotyper og på den anden side fordomme. Sidstnævnte defineres som negative følelser og holdninger over for medlemmer af en særlig gruppe. En stereotyp *kan* med andre ord være en fordom, men behøver ikke at være det (Maillé, Saint-Charles & Lucotte, 2010).

Stereotyper eksisterer ofte som modsatrettede par (McCann & Giles, 2004:166-167). Som eksempel herpå kan nævnes de klassiske stereotyper om sorte i USA, hvor den ene er en "Happy-Go-Lucky-Sambo"-type a la Onkel Tom, mens den anden er stereotypen om de vilde, primitive og farlige sorte (Pickering, 2001). Flere forskellige og modsatrettede stereotyper vedrørende den samme gruppe kan således eksistere på samme tid og sted. Men selvom

de er modsatrettede, kan man ikke nødvendigvis argumentere for, at den ene er positiv og den anden negativ (Pickering, 2001:204): For de sorte er det lige så negativt (eller lige så positivt) og unuanceret at blive forstået af omgivelserne som Happy-Go-Lucky-Sambo, som det er at blive opfattet som vild, primitiv og farlig.

Både stereotyper og fordomme kommer til udtryk, når individer, der definerer sig selv som hørende til én gruppe – fx forskere – beskriver en anden gruppe – fx journalister (Tajfel & Forgas, 1981). I denne sammenhæng udgør forskerne – dem, der taler – ”in-group”, mens journalisterne – dem, der tales om – udgør ”out-group”. Når in-group skal beskrive out-group, vil de typisk gøre det ved at over- eller underspille visse af deres egne karakteristika i forhold til out-groups ditto for derved at skabe en kontrast mellem sig og out-group. Kontrasten bruges til at fremme in-groups positive karakteristika (Cuddy & Fiske, 2004: 16-17). Eksperimenter har vist, at jo lavere social status en in-group har, desto sværere har den ved at opretholde et positivt selvbillede, og derfor vil den have et større behov for at overspille out-groups negative karakteristika på baggrund af egen in-groups positive karakteristika (Kite & Wagner, 2002:148). Man kunne derfor have den hypotese, at forskerne kun har et beskedent behov for at overspille journalisternes negative karakteristika, da jobbet som forsker fortsat har høj social status. Ligeledes synes det nærliggende at antage, at hvis in-group fremhæver positive karakteristika ved out-group, så vil de karakteristika, der fremhæves, være karakteristika, der deles med in-group. Med andre ord: Hvis der er noget pænt at sige om out-group, så vil det pæne, der er at sige, passe på in-groups eget billede af sig selv.

Det er indlysende, at forskernes stereotype forestillinger – eller måske endda fordomme – om journalister kan have direkte indflydelse på deres lyst/ulyst til at engagere sig med dem og med medierne. Lidt mere subtilt er det, at forskernes forestillinger om journalister og forventninger til samarbejdet med dem og med medierne kan blive selvopfyldende. Socialpsykologer har påvist, hvordan omgivelsernes negative forventninger kan blive selvopfyldende profetier. Fænomenet kaldes for ”stereotype threat” eller ”looping effect” og har, siden det blev introduceret i midten af 1990’erne, været undersøgt i et stort antal artikler (Appel &

Kronberger, 2012; Hacking, 1999; Kite & Wagner, 2002; Spencer, Steele & Quinn, 1999; Steele & Aronson, 1995). Ifølge denne teori kan menneskers præstationer hæmmes af det psykiske pres, det lægger på dem, når de føler, at de igennem deres præstation er ansvarlige for at modbevise den negative holdning til dem. Holdninger, som er negative på grund af deres gruppetilhørsforhold (Appel & Kronberger, 2012; Spencer et al., 1999).

Den gode nyhed er, at stereotype forestillinger ikke er statiske (fx Scheufele & Tewksbury, 2007; Schulz & Zeh, 2005; Semetko & Valkenburg, 2000). Forsøg har vist, at individer er meget villige til at ændre på deres forestillinger om andre (Kite & Wagner, 2002:146). Det sker, når en out-group "rykker tættere på" og bliver synlig, dvs. når in-group lærer mere om out-group. Herved lærer in-group, at dens oprindelige forestillinger ikke er tilstrækkeligt nuancerede eller måske direkte forkerte (Levy & Babanji, 2004:68). På denne måde kan en gruppe lægge pres på en anden gruppe og gennemtvinge et mere nuanceret billede af sig selv (Ruscher, 2001:24). Ruscher refererer en række undersøgelser, der yderligere peger på, at en out-groups størrelse og synlighed påvirker in-groups beskrivelse af den. Hvis en out-group således ændrer sin synlighed over for in-group, vil det afføde en mere nuanceret holdning til og mere nuancerede beskrivelser af den.

Stereotyper skal som nævnt søges i menneskers budskaber, når de beskriver andre sociale grupper. Men da begrebet "stereotyp" er negativt ladet i hverdagsforståelsen af det, er det ikke ligetil at undersøge, hvis det eksplicit fremgår, at hensigten med undersøgelsen er at afdække interviewpersoners stereotype forestillinger om andre. Derfor er den nedenstående analyse et biprodukt af en undersøgelse, der ved hjælp af et eksperiment havde til hensigt at undersøge, hvilke værktøjer og strategier forskere og journalister hver især bruger i forbindelse med samarbejdet omkring formidling af forskning. Hovedundersøgelsen er afrapporteret i Wien et al. (2014), hvor der ligeledes redegøres mere detaljeret for metoden bag eksperimentet.

Design og data

Eksperimentet gik ud på at bede en forsker og en journalist om sammen at skrive en artikel til regionalavisen Fyns Stiftstidende om forskerens forskning. Der blev udvalgt 10 forskere fra forskellige discipliner inden for humaniora, samfundsvidenskab og naturvidenskab. Forskerne repræsenterede fagområder, som normalt ikke har let adgang til medierne. Vi ansatte 6 cand. public.-studerende. De cand. public.-studerende er færdiguddannede journalister i færd med en akademisk overbygningssuddannelse og har som minimum 12-18 måneders praktisk journalistisk erfaring bag sig. Flere af dem havde desuden i kortere eller længere perioder været ansat ved avisen og kendte dermed både den, dens redaktionelle processer og dens publikum godt.

Vi ansatte de studerende i hver 30 timer, så vi var sikre på, at der var rigeligt med tid, og vi lod bevidst rammen være meget fri: Der blev givet en omfangsmæssig grænse på 650 ord, der blev sat en deadline, men der blev ikke givet anvisninger vedrørende genre, emne, stil eller hvilken sektion, artiklen skulle rettes mod. Der blev heller ikke givet anvisninger på, hvordan de to skulle samarbejde. Alle forskere (med en enkelt undtagelse) og alle journalister tilkendegav efter forsøget, at de havde oplevet mødet med modparten som positivt og tilkendegav vilje til fortsat at arbejde med forskningsformidling.

Vi var i første omgang ikke interesseret i de artikler, der blev skrevet, men fokuserede på processen som en mulighed for at indsamle data, der kunne give indsigt i, hvordan forsker og journalist oplevede processen. Der blev gennemført separate semistrukturerede interview (Kvale & Brinkmann, 2009) med henholdsvis forsker og journalist før og efter processen med at skrive artiklen. Der blev udarbejdet 9 artikler (et enkelt par opgav at finde en passende vinkel). Artiklerne blev præsenteret for avisens redaktør, som afviste dem alle. Ingen af artiklerne levede ifølge ham op til avisens redaktionelle krav. Denne pointe vil jeg vende tilbage til mod artiklens slutning.

Alle interview og træningssessionen blev optaget, transskriberet og deltagerne anonymiseret. Efterfølgende blev der foretaget en åben kodning af de transskriberede interview, og på den baggrund er analysen foretaget (Andersen, Hansen & Klemmen-

sen, 2012; Lindlof & Taylor, 2002). Til at analysere interviewdata er anvendt Nvivo. Der er, som det fremgår, tale om et kvalitativt eksperiment, og generaliseringspotentialet er derfor begrænset. Men som det fremgår af den følgende analyse, svarer resultaterne af eksperimentet til, hvad der måtte forventes på baggrund af den internationale litteratur på området. Der er derfor ingen grund til at antage, at denne undersøgelses hovedresultater afviger væsentligt fra, hvad en tilsvarende undersøgelse udført under et anderledes mediesystem ville vise.

“Der er to slags journalister”

Det er et gennemgående tema i alle interview, at der eksisterer en modsætning mellem forskere og journalister (Peters, 2013; Wien, 2013). Mest klart kom den til udtryk i et af interviewene, hvor en forsker mod slutningen af det andet interview blev spurgt, hvorfor han havde sagt ja til at deltage. Han svarede:

“Jeg synes jo, at [...] de fortjener mere, end at vi bare kalder dem idioter. De fortjener at få en mulighed for at få at vide, hvorfor vi kalder dem idioter, rent ud sagt [...]” Morten

Der synes således i forskerens forestilling at eksistere en kløft, hvor forskerne på den ene side har negative forestillinger om journalisterne, mens journalisterne på den anden side ligeledes er formodet af have negative forestillinger om forskere. Men generelt var forskerne meget forsigtige og diplomatiske i udgangspunktet: Det første spørgsmål, forskerne blev stillet i det første interview – og altså før mødet med "deres" journalist – handlede om deres generelle holdning til journalister. De fleste indledte deres svar forsigtigt. En sagde eksempelvis:

“Jeg har ikke nogen specielle fordomme over for journalister.”
Johan

Og en anden sagde:

"... de er meget forskellige afhængigt af, hvor man render ind i dem henne, og hvor de kommer fra, og hvilken baggrund de har ..."

Stine

I udgangspunktet respekterer forskerne således virkelighedens kompleksitet. Men som forudsagt af Lippmann (1998 [1921]) vælger de derefter at forsimple virkeligheden i en eftersætning og inddeler journalister i to grupper:

"... der er [...] sådan lidt to forskellige typer, som måske på en måde er sådan lidt diametrale modsætninger, tror jeg." Sofia

At de to grupper journalister tillægges diametralt modsatte egenskaber, er forventeligt (McCann & Giles, 2004), og ligeså er det forventeligt, at den ene gruppe tildeles positive egenskaber, mens den anden tilsvarende tillægges negative egenskaber (Pickering, 2001:107ff). En forsker udtrykker det således:

"[...] der er ligesom to grupper af dem [...]: en lille gruppe af dem, der faktisk er interesseret i det, de undersøger [...], og så er der en større gruppe, der er mere interesseret i, at de har en eller anden holdning til en eller anden ting, som de så gerne vil have [...] viderebragt]." Morten

Forskeren fortsætter med at uddybe forskellene mellem de to grupper og understreger, at den "lille gruppe" går op i deres arbejde med "liv og sjæl" og "formår at have en objektiv forståelse af virkeligheden". Med andre ord deler den "lille gruppe" en række arbejdsmæssige værdier og normer med forskerne, mens den store gruppes egenskaber er modsatrettede. Forskernes beskrivelser af den "lille gruppe" journalisters kendetegn synes således at bekræfte hypotesen om, at hvis der er noget pænt at sige om en out-group, så vil de egenskaber, der fremhæves, passe på in-groups eget selvbillede.

Den "store gruppe" er derimod optaget af at profilere sig selv og sine personlige holdninger. De to gruppers særkender er dermed ikke i logisk forstand modsætninger, men kommer i forskerens beskrivelse til at fremstå som sådanne. Reelt nøjes forskeren stort set med at beskrive den lille gruppes positive egenskaber og

lader modtageren selv skabe billedet af den store gruppes (negative) egenskaber: For som vi må forstå forskerens udsagn, så er den store gruppe *ikke* interesserede i det, de undersøger, går *ikke* op i deres arbejde med liv og sjæl og er *ikke* i stand til at forholde sig objektivt til virkeligheden.

Den eneste negative egenskab, som forskeren eksplicit tildeler journalisterne i den store gruppe, er, at de har holdninger, som de gerne vil have viderebragt. Hvorfor det opfattes negativt, kan forklares på to måder. Den ene er, at det, at journalister viderebringer holdninger, er i konflikt med det klassiske ideal om journalisten som objektiv og upartisk formidler (Schudson, 2001). Flere forskere tilkendegiver sympati for dette ideal.

“Men jeg kan egentlig godt lide, [...] illusionen om den objektive journalist ...” Sofia

Den anden forklaring er lidt mere subtil. Som nævnt i indledningen er forskerne ”på” i medierne som aldrig før, især i rollen som eksperter og som kommentatorer på dagens nyheder (Albæk et al., 2003; Wien, 2013). Der er en udbredt forestilling blandt forskere, at de i denne sammenhæng bliver (mis)brugt af journalisterne til at legitimere den vinkel på nyheden, som journalisten allerede har bestemt, før han kontaktede forskeren (Albæk et al., 2003; Arnoldi, 2005; Wien, 2001). Flere forskere tilkendegiver frygt for, at noget sådant vil ske under dette eksperiment også:

“[...] det er bestemt noget, som formentlig ville gøre mange forskere forsigtige med at udtale sig, altså hvis man føler, at det her er, jeg skal sådan set bare bruges til at legitimere et eller andet, som en journalist har skrevet.” Johan

Jeg henter yderligere støtte til denne fortolkning i, at flere af forskerne under interviewene fremhæver det som en positiv egenskab hos journalisterne, når de er villige til at ændre på forudfattede meninger, og når de viser åbenhed over for de pointer, som forskeren gerne vil give dem indsigt i. Det kan diskuteres, om forskernes kritik af journalisterne i denne sammenhæng er rimelig. En tidligere undersøgelse dokumenterer nemlig, at forskerne ikke skelner klart mellem de to forskellige roller, som forskerne

typisk spiller i medierne: Rollen som ekspertkilde, der hjælper med at fortolke/forklare dagens nyheder og på den anden side rollen som formidler af forskning (Wien et al., 2014). Når forskere optræder som ekspertkilder i forbindelse med den daglige nyhedsdækning, er det både rimeligt og forventeligt, at det er journalisten, der har initiativet og bestemmer forskerens rolle i det journalistiske produkt (Albæk, 2011). Og tilsvarende kan man med en vis rimelighed forvente, at egentlig forskningsformidling i højere grad finder sted på forskerens initiativ og inden for den faglige ramme, som forskeren sætter.

En ung forsker, der beskæftiger sig med grundforskning, forklarer, hvad det er, forskerne særligt frygter i forhold til at møde en journalist med "personlige holdninger" til forskerens arbejde. Inden det første møde siger hun, at forudsætningen for, at mødet mellem hende og journalisterne bliver vellykket, er

"[...] at de [journalisterne] ligesom kan sætte deres personlige holdninger til side, hvis de synes, det er nogle tåbelige emner, de bliver matchet op med." Stine

At "sætte personlige holdninger til side" handler således om, hvorvidt journalisterne er i stand til at tilsidesætte en eventuel personlig og kritisk holdning til den samfundsmæssige relevans af den forskning, de bliver bedt om at dække. Den samme forsker fortæller efter mødet med journalisten om, hvordan det gik:

"[...] men journalisten var rigtig, rigtig dygtig og var super interesseret i det, vi lavede, og fik hurtigt omvendt nogle af mine fordomme om, hvordan journalister kunne være. Hun var ikke på noget tidspunkt den, der stillede spørgsmålstejn over for det, jeg lavede [...] Jeg havde måske forventet, at hun kom med en mere kritisk indgangsvinkel, men hun var jo ikke kritisk på nogen måde, hun tog imod med åbne arme og var klar til at skrive om hvad som helst, jeg kunne have budt hende." Stine

Forskeren oplever altså journalisten som "rigtig, rigtig dygtig", fordi hun *ikke* forholder sig kritisk til forskningen og tager *ukritisk* imod, hvad hun bliver tilbudt. Sat lidt på spidsen kan man hævde, at mødet mellem forskeren og journalisten opleves

positivt og uproblematisk af forskeren, for det er forskerens og forskningens spilleregler, der følges, og ikke mediernes og journalistens (Peters et al., 2008; Reed, 2001).

Yderligere er denne pointe interessant, fordi den viser, at forskerne i sammenhæng med formidling af deres forskning ikke ønsker at møde en journalist, der forholder sig kritisk til deres arbejde.

Det kan diskuteres, om der gælder andre regler for, hvor kritisk forskningsformidlende journalister – i modsætning til fx politiske journalister – bør forholde sig til den forskning, de dækker. Argumentet for en mindre kritisk tilgang i forbindelse med forskningsformidling er, at journalister umuligt kan have en tilstrækkelig detailviden om den forskning, de bliver bedt om at dække, til at de på et kvalificeret grundlag kan forholde sig kritisk dertil. Sat på spidsen vil det betyde, at politikere og andre beslutningstagere tilsvarende kan argumentere for, at journalisterne har for ringe indsigt i deres arbejde til at kunne forholde sig kritisk dertil. Det er med andre ord en faglig glidebane at fritage den forskningsformidlende journalistik for at være kritisk, og det bringer journalisten på kant med journalistikkens faglige normer og standarder. Hvorfor vælger journalisten da i denne kontekst at tage "imod med åbne arme" og "[være] klar til at skrive om hvad [som helst]"? Forklaringen kan muligvis søges i, at journalisten oplever en "stereotype threat" (Appel & Kronberger, 2012; Spencer et al., 1999) og forsøger at modbevise forskerens forestillinger om journalister ved *ikke* at stille spørgsmålstejn ved forskningens relevans. Men herved kastes hun ind i rollen som ukritisk journalist, en rolle, som passer forskeren godt, fordi samarbejdet da kan ske på forskerens betingelser. Men det betyder, at journalistens performance hæmmes. Så da hendes artikel bliver vurderet af avisens redaktør, vurderer han, at den ikke kan trykkes i avisen, fordi den ikke lever op til avisens faglige standarder. Det skal i den forbindelse nævnes, at den konkrete journalist havde arbejdet mere end to år for den pågældende avis og kendte dens redaktionelle linje godt.

Indhold frem for form

Flere af forskerne har en forventning om, at journalisterne i samarbejdet vil prioritere artiklens form højt og måske endda højere end indholdet, og det opfattes af forskerne som negativt:

"[...] det væsentligt at lave noget, hvor formen ikke skygger for indholdet, hvor det, der [...] bliver formidlet, det har en berettigelse, fordi det forhåbentlig får folk til at reflektere [...] på en lidt anderledes måde end det, man ellers ville have gjort [...]" Sofia

At formen betyder mindre end indholdet for forskerne gør det vanskeligt for journalisterne at spille en ligeværdig rolle i samarbejdet med dem. I forskningsformidlingsammenhæng hviler den journalistiske legitimitet på, at journalisterne i kraft af deres "journalistiske håndværk" og "journalistiske værktøjskasse" er i stand til at give det faglige indhold en form, der gør det velegnet til formidling i medierne (Wien et al., 2014). For de kan jo i sagens natur ikke have samme indsigt i indholdet som forskerne.

Men hvis formen ikke har en ligeværdig status i forhold til indholdet, så bliver det i naturlig forlængelse heraf forskernes – og ikke journalisternes – spilleregler, der bliver fulgt (Peters et al., 2008; Reed, 2001; Russell, 2010). Journalistens alternativ – at bidrage med overordnede kritiske spørgsmål som eksempelvis spørgsmål til forskningens samfundsmæssige relevans – er, som det fremgår tidligere i denne artikel, heller ikke noget, forskerne bryder sig om.

Under dette forsøg viste det sig, at journalisterne bøjede sig for forskernes forventning om indholdets forrang over formen: Det viste sig nemlig, at en væsentlig årsag til, at avisens redaktør ikke ville trykke artiklerne, var, at de ikke levede op til de formmæssige krav, som avisen stillede (Wien et al., 2014). Med andre ord, så valgte journalisterne at følge forskernes spilleregler i denne sammenhæng, hvilket så til gengæld umuliggjorde succes i medierne (Russell, 2010:173).

Tid til fordybelse

For mange af forskerne er det en forudsætning for, at opgaven kan lykkes, at journalisten har eller giver sig tid til at opnå faglig indsigt i det felt, der arbejdes med.

"Jeg tror ikke, at man kan formidle, hvis man ikke er ordentligt inde i stoffet, selv ikke en dreven journalist. Det kan godt se ud som om, at de kan, men så er det det forkerte, der bliver formidlet ... ikk'?"

Jens

Så i stedet for at bruge energi på den journalistiske form mener forskerne, at journalisten bør tilkæmpe sig indsigt i indholdet. Det får en række konsekvenser for, hvordan samarbejdet mellem journalisten og forskeren udspiller sig.

En forsker beretter om, hvordan han holdt en to timer lang soloforelæsning om filosofi for sin journalist, så denne kunne få indsigt i det "mest basale inden for feltet". En anden valgte at give sin journalist lektier for:

"Jeg gav ham noget tekst, noget, jeg selv havde læst og ligesom banebrydende tekster inden for mit felt [...], og så gav jeg ham nogle nyere tekster, som ligesom er bygget ovenpå de gamle, og dem læste han så, og han læste mine to artikler, jeg gav ham, en, som lige er blevet publiceret, og en, der er undervejs, og vi ringede så sammen, og jeg kunne høre, at han havde forstået dem."

Morten

Forskerne forventede således, at journalisterne agerede på samme måde som studerende eller forskerkolleger: Forskerne forventer med andre ord, at de lytter, læser og stiller uddybende spørgsmål. I en mediasammenhæng er dette urealistisk: I medieverdenen er tid en knap ressource, og journalister kan derfor ikke få lov til at bruge tid på at læse flere videnskabelige tekster eller lytte til timelange forelæsninger for at skrive en artikel på 650 ord. Men forskernes forestilling om rigelighed af tid som forudsætning for et succesfuldt samarbejde mellem forskere og journalister dukker op i flere sammenhænge:

“Jamen det er noget med, at man giver sig tid [...], at journalisten skal arbejde tæt sammen med forskeren, så de får tid til at forklare historien, ikke? [...] hvis jeg skulle forklare kvantemekanik [...], så kan [jeg] ikke gøre det på 30 sekunder [...].” Jens

Når forskeren hævder, at han ikke kan forklare sit fagområde inden for en beskeden tidsmæssige ramme, så hænger det muligvis sammen med forskernes opfattelse af, hvad formålet med forskningsformidling er. De mener, at den forskningsformidlende journalistik skal oplyse og skabe grobund for refleksion snarere end at underholde læseren:

“... det bør [...] være nogle historier, som giver anledning til refleksion og sådan noget, også på mere end ti sekunder, ikk’?”
Sofia

Denne opfattelse afspejler, at der er en ganske stor afstand mellem forskernes forestillinger og den opfattelse af virkeligheden, der kom frem i redaktørens efterkritik af de journalistiske produkter: Han antog i udgangspunktet, at læseren ikke er interesseret i forskning og derfor skal fanges og siden fastholdes gennem brug af de traditionelle journalistiske nyhedskriterier: VISAK (Wien et al., 2014).

I ønsket om at få læseren til at reflektere over indholdet ligger også en forventning om, at læseren har – eller giver sig – tid til fordybelse i det faglige indhold i den forskningsformidlende journalistik.

“De dårligste eksempler på forskningsformidling, synes jeg, er det, man ser nogle gange i et nyhedsindslag, hvor man skal fylde 30 sekunder ud, og så laver man et eller andet indslag, som ikke fører nogen steder hen.” Jens

I stedet for sådanne kortfattede nyhedsindslag (bygget over nyhedskriterierne) var forskerne ret enige om, at et længere format egnede sig bedre til forskningsformidling. En forsker var særlig eksplicit herom og fremhævede, hvordan han satte pris på, hvis journalister tydeliggør det journalistiske produkts forankring i litteraturen:

"[...] de [dygtige journalister skriver] forholdsvis lange artikler og har tit sådan en afsluttende lille passage med en bog eller to, hvor de har fået materialet fra, så man selv kan gå videre." Orla

For forskerne var der således i virkeligheden ikke ret lang afstand mellem "de dygtige" journalisters forskningsformidlende produkter og en videnskabelig artikel.

Sammenfattende kan man sige, at den "lille gruppe" journalister, som forskerne tillagde positive egenskaber, ligner dem selv en del: De går op i det faglige indhold, prioriterer indholdet over formen, de er naturligt nysgerrige over for alt og stiller ikke kritiske spørgsmål til forskningens umiddelbare relevans, fordi de bare generelt er nysgerrige som forskerne selv, og endelig har de – eller tager sig – tid til faglig fordybelse.

Hvor meget den "lille gruppe" journalister ligner forskerne selv, blev understreget i slutningen af det første interview, hvor forskerne blev bedt om at nævne eksempler på fremragende journalister. De journalister, der blev nævnt, var alle – med undtagelse af Anders Lund Madsen – oprindeligt uddannede akademikere. Især blev ph.d. i biologi Lone Frank fremhævet som et lysende eksempel på en fremragende journalist.

De underbelæste skandalejægere og de royale blæverjournalister

Der er kun ganske få direkte indikationer af, hvad forskerne mente kendetegnede den "store gruppe". I stedet overlades det til tilhøreren selv at samle billedet af den "store gruppe", dels gennem de få fragmenter af et karakteristikum, som forskerne rent faktisk gav, dels ved at denne gruppe per definition var "diametralt" modsat. Tre sådanne fragmenter dukkede op gentagne gange i løbet af interviewene.

Det første var den "store gruppe" journalisters manglende vilje til at læse. En af forskerne kaldte dem direkte "de underbelæste journalister", men i de fleste tilfælde kommer forestillingen om de ikke læsende journalister frem i vendinger som nedenstående, som egentlig kun indirekte fortæller, at den "store gruppe" journalister ikke læser:

"[...] for mig [var han] ikke en typisk journalist – han var meget villig til at læse rigtig meget og sagde også, om der var mere, han skulle læse." Morten

Et andet karakteristikum, som ligeledes blev fremhævet af flere forskere, var, at den store gruppe journalister benytter sig af virkemidler som fx "noget kulørt", "noget mystisk" eller "sensation" i deres produkter, når de skriver om forskning. Især er det interessant, at "sensation" bliver fremhævet. For netop dette nyhedskriterie vil typisk være et af de nyhedskriterier, som journalister vil være nødt til at forsøge at fremelske kunstigt i deres forskningsformidlende produkter (Wien et al., 2014).

En forsker, der i denne sammenhæng fortæller om samarbejdet med "sin" journalist, beskriver det således:

"[...] nu mener jeg også, at han er cand.public., ikke? Så han har jo sat sig ind i noget mere end bare blæverjournalistik om de kongelige, ikke, men han er jo stadig [...] nødt til at have noget, der passer ind i de her [nyheds]kriterier." Morten

Som påvist i en tidligere undersøgelse udgør de journalistiske nyhedskriterier en af de væsentlige snubletråde i samarbejdet mellem forskeren og journalister (Wien et al., 2014). Det er derfor ikke overraskende, at forskeren havde en negativ forventning til et journalistisk produkt baseret på hans forskning, såfremt det skulle leve op til de journalistiske nyhedskriterier. Det er heller ikke særlig overraskende, at forskeren kontrasterede tabloidjournalistikken med den forskningsformidlende journalistik, men samtidig erkendte de tos fælles udspring nemlig nyhedskriterierne som et uomgængeligt faktum for journalisten.

Det tredje karakteristikum relaterer sig til tid. For ligesom de journalister, der giver sig tid, blev vurderet positivt, blev de travle journalister vurderet negativt af forskerne: De bliver kaldt hurtige, overfladiske, de blev anklaget for at lave mange fejl, ikke at give sig tid til at interessere sig for detaljer eller være villige til at lytte til argumenter, der kunne få dem til at ændre holdning. Men det, der især generede forskerne ved den "store gruppe", var, at de følte, at de selv skulle bruge meget tid på dem ved eksempelvis at skulle rette deres forståelsesmæssige og sproglige fejl. Dette

synes lidt paradoksalt, eftersom flere af forskerne under dette forsøg ganske uopfordret brugte lang tid på at manuducere deres "egen" journalist.

Sammenfattende kan man sige, at de fleste af de karakteristika, som vurderes som kendetegnende for den "store gruppe" journalister, og som opfattes negativt af forskerne, er relateret til journalistiske kerneværdier samt knytter an til journalisternes anvendelse af nyhedskriterierne i deres arbejde.

Konklusion

Forskernes forestillinger om journalister består af to modsatrettede stereotyper (McCann & Giles, 2004; Pickering, 2001): En "lille gruppe", der ligner dem selv og deres studerende, og som har nogenlunde de samme arbejdsmæssige normer og værdier som dem selv og gerne samme uddannelse (akademisk). Deres journalistiske produkter har ligheder med den videnskabelige artikel. Med andre ord, så svarede den "lille gruppe" journalister til forskernes eget selvbillede (Kite & Wagner, 2002:148). Man kunne med en let omskrivning af den tyske filosof Ludwig Andreas von Feuerbachs ord om, at "mennesket har skabt Gud i sit eget billede som en projektion af dets egne ønsker og behov" hævde, at forskerne har skabt forestillingen om den dygtige journalist i sit eget billede og som en projektion af sine egne ønsker og behov.

Modsætningen – den "store gruppe" – er ifølge forskerne optaget af at profilere sig selv og sine personlige holdninger, hvilket vil sige, at de har fastlagt en vinkel på historien, inden de kontakter forskeren (Albæk, 2011; Wien, 2013). De mente desuden, at det var kendetegnende for disse journalister, at de ikke læser (videnskabelig faglitteratur), at de prioriterer formen over indholdet, som de ikke sætter sig ordentligt ind i, og at de dyrker de journalistiske nyhedskriterier, hvilket skader det journalistiske produkts mulighed for at bidrage til at øge læserens indsigt. De ligner med andre ord de nyhedsjournalister, som forskerne bliver kontaktet af, når der er behov for eksperter til at kommentere eller fortolke dagens begivenheder (Wien, 2013).

Det er yderligere en pointe i denne sammenhæng, at alle forskerne under dette forsøg oplevede at være "heldige" og at møde journalister, der tilhørte den "lille gruppe" journalister, der ligner forskerne selv. En del af forklaringen herpå er formentlig, at journalisterne under dette forsøg kæmpede for at modbevise forskernes stereotype forestillinger om dem for at undgå en "stereotype threat" (Appel & Kronberger, 2012; Spencer et al., 1999): Eksempelvis lader de indholdet få forrang over formen i produktet, de undlader at stille kritiske spørgsmål, de giver sig tid til at lytte til forelæsninger og/eller læse faglitteratur om emnet (Wien et al., 2014). Derved bliver journalisterne ude af stand til at levere et journalistisk produkt, der kan leve op til avisens redaktionelle krav.

Under dette forsøg blev det således forskerens spilleregler, der blev styrende for processen, hvilket har som konsekvens, at ingen af artiklerne kunne trykkes. Dermed understreger dette forsøg også, at den eneste måde at undgå interessekonflikter mellem journalister og forskere på er, at den ene profession vælger at spille efter den andens regler (Peters et al., 2008; Reed, 2001), ligesom det bekræfter, at Russell (2010:173) har ret, når han hævder, at kun når mediernes spilleregler bliver fulgt, kan forskerne opnå synlighed i medierne.

REFERENCER

- Albæk, E. (2011). The Interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism*, 12(3), pp. 335-348.
- Albæk, E., Christiansen, P. M., & Togeby, L. (2003). Experts in the Mass Media: Researchers as sources in Danish Daily Newspapers 1961-2001. *Journal of Mass Communication Quarterly*, 80(4), pp. 937-948.
- Andersen, L. B., Hansen, K. M., & Klemmensen, R. (2012). *Metoder i Statskundskab*. København: Gyldendal.
- Appel, M., & Kronberger, N. (2012). Stereotype threat and the achievement gap: Stereotype threat prior to test taking. *Educational Psychology Review*, 24(pp. 609-635).
- Arnoldi, J. (2005). *Den offentlige ekspert*. København: Samfundslitteratur.
- Bauer, & Gregory (Eds.). (2007). *From journalism to corporate communication in post-war Britain*. New York: Routledge.
- Cuddy, A. J. C., & Fiske, S. T. (2004). Doddering but dear: Process, Content

- and Function in Stereotyping of Older persons. In T. D. Nelson (Ed.), *Ageism*. Massachusetts: MIT press.
- Dunwoody, S. (1999). Scientists, Journalists, and the Meaning of Uncertainty. In S. M. Friedman, S. Dunwoody & C. L. Rogers (Eds.), *Communicating Uncertainty*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- European Commission. (2010). Special eurobarometer 340 – Science and Technology. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_340_en.pdf
- Gascoigne, T., & Metcalfe, J. (2010). Incentives and Impediments to Scientists Communicating through the Media. *Science Communication*, 18(3), pp. 265-282.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching – Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Hacking, I. (1999). *The Social Construction of What?* Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.
- Hargreaves, I. & Ferguson, G. (2000). Who's misunderstanding whom? London: ESRC - Economic & Social Research Council.
- Kite, M. E., & Wagner, L. S. (2002). Attitudes towards Older Adults. In T. D. Nelson (Ed.), *Ageism*. Cambridge: MIT press.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *InterView: Introduktion til et håndværk [InterView: An introduction to a craft]*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Levy, B. R., & Babanji, M. R. (2004). Implicit Ageism. In T. D. Nelson (Ed.), *Ageism*. Massachusetts: MIT press.
- Lindlof, T. R. & Taylor, B. C. (2002). *Qualitative Communication Research Methods*. London: Sage.
- Lippmann, W. (1998 [1921]). *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Maillé, M.-É., Saint-Charles, J., & Lucotte, M. (2010). The gap between scientists and journalists: the case of mercury science in Québec's press. *Public Understanding of Science*, 19(70).
- Martin, S. E. (1991). Using Expert Sources in Breaking Science Stories – A comparison of Magazine types. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), pp. 179-187.
- McCann, R. & Giles, H. (2004). Ageism in the Workplace. In T. D. Nelson (Ed.), *Ageism*. Massachusetts: MIT press.

- Nelkin, D. (1999). *Selling Science: How the Press Covers Science and Technology (Revised)*. New York: W.H. Freeman & Company.
- Nielsen, K. H., & Autzen, C. (2011). Looking over the shoulders of Researchers: In Quest of a Research-Media Partnership and Online, News-Media Based Researcher Identities on the Galathea 3 Expedition From 2006 to 2007. *Science Communication*, 33, pp. 472-500.
- Owens, T. (2011). Madame Curie above the fold: Divergent perspectives on Curie's visit to the United States in the American press. *Science Communication*, 33, pp. 98-119.
- Peters, H. P. (2013). Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators. *PNAS*, 110(3), 14102-14109.
- Peters, H. P., Brossard, D., Cheveigné, S. d., Dunwoody, S., Kalfass, M., Miller, S. & Tsuchida, S. (2008). Science-Media Interface. *Science Communication*, 30(2), pp. 266-276.
- Pickering, M. (2001). *Stereotyping – The politics of representations*. New York: Palgrave.
- Reed, R. (2001). (Un-)Professional discourse?: Journalists' and scientists' stories about science in the media. *Journalism*, 2(3), pp. 279-298.
- Roche, J. P. & Muskavitch, M. A. T. (2003). Limited Precision in Print Media Communication of West Nile Virus Risks. *Science Communication*, 24(3), pp. 353-365.
- Ruscher, J. B. (2001). *Prejudiced Communication*. New York: The Guildford Press.
- Russell, N. (2010). *Communicating Science – Professional, Popular, Literary*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effect Models. *Journal of Communication*, 57, pp. 9-20.
- Schneider, J. (2010). Making Space for the "Nuances of Thuth": Communication and Uncertainty at an Environmental Journalists' Workshop. *Science Communication*, 32, pp. 171-201.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), pp. 149-170.
- Schulz, W. & Zeh, R. (2005). The changing Elevation Coverage of German Television. A Content Analysis 1990-2002. *Communications*, 30, pp. 385-407.
- Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), pp. 93-109.

- Spencer, S. J., Steele, C. M. & Quinn, D. M. (1999). Stereotype Threat and Women's Math Performance. *Journal of Experimental Social Psychology* 35, pp. 4-28.
- Sprecker, K. (2002). How Involvement, Citation Style, and Funding Source Affect the Credibility of University Scientists. *Science Communication*, 24, pp. 72-97.
- Stagnor, C. (Ed.). (2000). *Stereotypes and Prejudice*. Philadelphia: Psychology Press.
- Stagnor, C. & Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and Collective Representations. In C. Macrae, C. Stagnor & M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and Stereotyping*. New York: The Guildford Press.
- Steele, C. M. & Aronson, J. (1995). Stereotype Threat and the Intellectual Test Performance of African Americans. *Journal of Personal and Social Psychology*, 69(5), pp. 797-881.
- Tajfel, H. & Forgas, J. P. (1981). Social Categorization: Cognitions, Values and Groups. In J. P. Forgas (Ed.), *Social cognition: perspectives on everyday understanding* (pp. 113-140): Academic Press.
- Valenti, J. M. (1999). Commentary: How Well Do Scientists Communicate to Media? *Science Communication*, 21(2), pp. 172-178.
- Weaver, D. A., Lively, E. & Bimber, B. (2009). Searching for a Frame – News Media Tell the Story of Technological Progress, Risk and Regulation. *Science Communication*, 31(2), pp. 139-166.
- Wien, C. (2001). *Journalisters brug af ekspertkilder i danske aviser [The referece to expert sources in Danish newspapers]*. Paper presented at the Nordmediakonference, Reykjavik. <http://www.nordicom.gu.se/mr/iceland/papers/nine/CWien.doc>
- Wien, C. (2013). Commentators on daily news or communicators of scholarly achievements? The role of researchers in Danish news media. *Journalism*. doi: 10.1177/1464884913490272
- Wien, C., Hermansen, J. & Østergaard, P. (2014). Som at blande olie og vand – Om journalistisk formidling af forskning. *Nordicom Information*, 36(1), pp. 45-63.

FORFATTER

Charlotte Wien

Ph.d., Sektionsleder for Forsknings- og Analysesektionen, Syddansk Universitetsbibliotek
 chw@bib.sdu.dk

ENGLISH ABSTRACT

“ [...] they deserve more than just being called ‘idiots’ ...”

On stereotypes of journalists in Academia

BY CHARLOTTE WIEN

It is well known that people's notions about each other affect their ability to cooperate. The purpose of this article is to analyze the notions academic researchers have about journalists. The study is based on a qualitative data set consisting of interviews with 10 researchers before and after the meeting with a journalist. It turns out that when researchers are asked to describe 'journalists' they divide them into two groups, one of which is perceived positively and the other negatively. The group, which is perceived positively, shares a number of professional norms and values of the researchers themselves. This group is considered to be a small group. The second group is considered the larger group of journalists. Their professional standards and values differ from those of the researchers themselves, and this group is perceived negatively. In this context it is interesting that the negative attributes of the second group of journalists are some of the core values of journalism.